

**GRAMATIC AND LINGUAL TEXTUAL PARAMETERS OF MODAL
SYNTAXEMES IN “FRAGMENTS FROM FATES SCRIPTURES:
THEATRE OF PROZE” BY V. SHEVCHUK**

The article deals with the modality as the category that is analysed in phrases and text and includes three aspects. It establishes the connection of the frequency of the use of parenthetical structures of certain semantic and modal groups with the author's intentions and characters images.

Keywords: *modality, parenthetical constructions, modal syntaxemes, author's modality, characters' images.*

УДК 811.161.2

Зелена Ю.В., магістрант
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

**ЛІНГВІСТИЧНА СПЕЦИФІКА ІНТЕРНЕТ-ЖАНРІВ
СУЧАСНОЇ СОЦМЕРЕЖЕВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

У статті розглянуто лінгвістичні особливості особистих повідомлень, коментаря та поста як інтернет-жанрів, що реалізуються в сучасних соціальних мережах – Facebook, Twitter, Instagram. Особливу увагу звернено на жанрову специфіку поста, наведено спробу класифікації постів за різними критеріями.

Ключові слова: *інтернет-комунікація, інтернет-лінгвістика, віртуальний жанр, соціальна мережа, пост.*

За останні 20 років Інтернет став невід'ємною частиною життя сучасної людини. Поширення Інтернету вплинуло на всі сфери, у тому числі сприяло появі нової площини комунікації.

Зараз доцільно говорити про явище **інтернет-комунікації**, яке Т. Колокольцева визначає як “поліфункціональне спілкування в електронному середовищі, для якого характерні дистанційність, опосередкованість, мультимедійність (і як наслідок – полікодованість повідомлень), гіпертекстуальність, різноманіття дискурсивних і жанрових утілень, а також можливість широкого варіювання за параметрами персональності / інституційності” [4, с. 5].

Дослідження інтернет-комунікації цілою низкою сучасних науковців (серед яких – Н. Ахренова, О. Горошко, С. Єлісеєва, О. Землякова, Л. Компанцева, Л. Іванов, Т. Колокольцева, Д. Крістал, М. Макаров, І. Олексенко, С. Херрінг, С. Чемеркін тощо) сприяло розвитку нового напрямку – **інтернет-лінгвістики** [3; 5]. Інтернет-лінгвістика – “напрямок інтегративного типу”, об'єктом вивчення якого є “електронна комунікація”, предметом – “лінгвістично релевантні особливості електронної комунікації на різних мовних рівнях”, і ставить за мету “опис і пояснення особливостей функціонування мови в Інтернеті” [3].

Цей напрям зараз активно розвивається, і в ньому з'являються нові теорії, зокрема в аспекті теоретичного осмислення основних понять і категорій. Одна з них – “**теорія віртуального жанрознавства**”, яку активно розробляють О. Горошко, Л. Компанцева, Л. Капанадзе, О. Лутовинова, Л. Щипіцина та інші. Ця теорія з'явилася власне в інтернет-дискурсі і має на меті опис наявних інтернет-жанрів та способів їх класифікації [2].

Поштовх до розвитку теорії мовленнєвих жанрів, тобто дослідження жанрів у дискурсі, а не лише як літературних форм, дала праця М. Бахтіна, в якій він розглядає жанр як “стійкий тип тексту, що об'єднаний єдиною комунікативною функцією, а також схожими композиційними і стилістичними ознаками” [1].

На позначення жанрів інтернет-дискурсу вживають кілька паралельних назв: віртуальний жанр, електронний жанр, інтернет-жанр, цифровий жанр, дигітальний / діджітальний (від англ. digital), мережевий жанр, гіпержанр, жанровий формат віртуального дискурсу, комунікативний сервіс Інтернету. Серед англomовних позначень – cyber-genre (кібер-жанр), web-genre (веб-жанр), digital-genre (діджітал-жанр) [2, с. 105-106].

У статті ми будемо вживати терміни “віртуальний жанр” (за аналогією до “віртуальне жанрознавство”, вживають О. Горошко, Л. Компанцева, О. Лутовинова) та “інтернет-жанр” (відповідно до “інтернет-комунікація”, “інтернет-лінгвістика”, також вживають О. Горошко, О. Жигаліна) як синонімічні поняття.

Однією з площин реалізації інтернет-комунікації є **соціальні мережі** (також соцмережі) – особлива форма організації спілкування в інтернет-просторі. На сьогодні немає єдиного визначення поняття “соціальна мережа”. Соцмережі розглядають як “гіпержанр” (О. Горошко, О. Жигаліна), “гіпертекст” (Т. Рязанцева), “комунікативне середовище”, “жанр” (В. Каптюрова), “комунікативний жанр” (Л. Щипіцина) тощо.

Ми погоджуємося з думкою О. Горошко, О. Жигаліної, які відносять соцмережу до гіпержанрів, поряд із веб-сайтом, блогом та електронною бібліотекою. Серед інтернет-жанрів вони виділяють електронний лист, форум, чат, дошки оголошень, рекламні банери, комунікацію з допомогою програм миттєвого обміну повідомленнями, віртуальну конференцію, пост і коментар [2, с. 115].

На наш погляд, соцмережу варто розглядати як гіпержанр, що має чітко визначені риси формального характеру (один домен, конкретний набір функціональних можливостей, канали публічного та особистісного спілкування тощо). Чітка організованість і функціональна обмеженість наближає соцмережу до веб-сайту, доступність і легкість створення контенту споріднює з блогом. Головною особливістю соціальних мереж є орієнтація на спілкування, що реалізується в характерних для соціальних мереж жанрах: пост, коментар та особисті повідомлення. Ми вважаємо їх саме жанрами, а не субжанрами чи жанроїдами.

Мета статті – проаналізувати лінгвістичну специфіку інтернет-жанрів (пост, коментар, особисті повідомлення), що реалізуються в популярних зараз соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter).

Жанр особистих повідомлень – своєрідна інтернет-трансформація і поєднання традиційних епістолярних жанрів та усного побутового мовлення (зараз говорять про побутове електронне мовлення). На нашу думку, варто розмежовувати особисті

повідомлення офіційного характеру (звернення до незнайомих людей, потенційних партнерів, старших колег, наставників тощо) та побутового (спілкування друзів, однокласників, студентів тощо). Можна стверджувати, що більш поширеними є повідомлення побутового характеру, для яких властиві ті ж особливості, що й загалом для розмовного стилю інтернет-мовлення, які детально описав С. Чемеркін [7, с. 27-31]:

- використання знаків-символів, не характерних для писемної мови (смайли, емотикони, “стікери”, “гіфки” тощо);
- некодифіковане використання певних мовних знаків (один графічний знак може мати різне значення залежно від комунікативної ситуації);
- відсутність лінійності у спілкуванні (часто діалог між двома людьми може вестися паралельно на кілька тем);
- недотримання орфографічних та інших літературних норм (що здебільшого пояснюється технічними умовами);
- створення ефекту звукової мови (написання слів так, як вони вимовляються);
- використання певних словесних форм (найчастіше – звуконаслідування);
- специфічна синтаксична будова (тяжіння до телеграфного стилю);
- використання некодифікованих скорочень (які зрозумілі інтернет-користувачам);
- невідворотність у часі (втрата ознак ситуативності, що характерна для усного спілкування);
- редуплікація (використання великої кількості знаків для відтворення почуттів).

Особисті повідомлення офіційного характеру є більш нормованими та формальними, поєднують риси традиційного жанру ділового листа та інтернет-жанру електронного листа.

Оскільки особисті повідомлення – засіб міжособистісного спілкування, цей жанр є закритим, а тому складним для дослідження.

Коментар як інтернет-жанр досліджують і лінгвісти, і журналісти (зокрема Є. Духалаєва, С. Карпоян, В. Мельник, Н. Рогачева, Л. Степанова, С. Фіялка, Л. Щипіцина тощо). Коментар існує як аналітичний жанр у системі традиційних медійних жанрів, тому для уникнення омонімічності Л. Степанова пропонує називати інтернет-коментар терміном “комент” (який уже давно усталився в мовленні інтернет-користувачів).

Для інтернет-коментаря (комента), на думку В. Мельника, характерні такі риси [6, с. 116]:

- оперативність;
- інформативність;
- лаконічність;
- аналітичність;
- експресивність.

Ми вважаємо, що зараз доцільно говорити також про суб’єктивність коментарів та їхній часто провокативний або рекламний характер, що пояснюється такими рисами інтернет-комунікації, як дистантність та анонімність. Незважаючи на те, що користувачі соцмереж залишають коментарі з власних сторінок (тобто автор одразу підписаний), досить популярним є явище створення додаткових несправжніх (фейкових) акаунтів у соцмережах із метою приховати власну особистість при коментуванні.

Одним із різновидів коментів у соціальних мережах, як зазначає В. Мельник, є коментар-комплімент для оцінювання фотографій інших користувачів [6, с. 116]. Варто додати, що зараз також за допомогою коментарів створюється залучення аудиторії та створення діалогу між автором публікації й коментатором або між кількома коментаторами. У наш час кількість коментарів до посту також впливає на його популярність: що більше коментарів і “лайків” набирає пост в Instagram та Facebook, то більша кількість користувачів його побачить.

Важливо зазначити, що віртуальний жанр “коментар” реалізується не лише в соцмережах, а й на веб-сайтах і в блогосфері. Саме його поширенням можна пояснити популярність серед дослідників.

Детальніше зосередимося на жанрі **посту**, адже це основний інтернет-жанр традиційних соціальних мереж (як Facebook, Twitter, Instagram), за допомогою якого відбувається особистісно-публічна та власне публічна комунікація.

Цей віртуальний жанр легше аналізувати, ніж особисті повідомлення, але він є набагато менш дослідженим, ніж коментар. Пост найближчий до блогу за своїми жанровими характеристиками, проте має ряд специфічних рис.

Важливо зазначити, що оскільки пост – власне інтернет-жанр, що виник і розвивається в різноманітних соцмережах, йому характерна певна універсальність і високий ступінь синкретизму, що передбачає розмитість жанрових меж і “вбирання” в себе елементів інших традиційних та інтернет-жанрів.

До жанрових особливостей посту можна віднести:

- реалізацію в соцмережах (постом також можна називати окремих допис у блозі);
- доступність (публікувати пост на особистій сторінці може будь-який зареєстрований у соцмережі користувач);
- певну обмеженість аудиторії, що регулюється налаштуваннями (залежно від налаштувань опублікований пост можуть бачити: лише “друзі” / “підписники” автора посту на особистій сторінці, лише учасники спільноти, лише зареєстровані користувачі, усі користувачі інтернету тощо);
- гіпертекстуальність (включає геотеги, хештеги, покликання, позначки людей / спільнот);
- зорієнтованість на зворотний зв’язок (очікування лайків, репостів, коментарів);
- інтерактивність (інші користувачі можуть впливати на контент через свої лайки, репости, коменти);
- креолізацію (найчастіше в пості поєднується текст і зображення);
- певну обмеженість кількості знаків (Twitter – 140 / 280, Instagram – 2000);
- відносну оперативність (можеш публікувати одразу, коли щось відбулося, й інші користувачі можуть коментувати одразу після публікації);
- часто наближення до розмовного мовлення: використання графічних знаків для відтворення емоцій (емотикони), звуконаслідувальних слів, порушення мовних норм, використання лексичних одиниць, що перебувають на межі / за межею норм літературної мови, які часто беруться в лапки тощо;

- динамічність (можна редагувати, змінювати навіть після публікації, робити репост на іншу особисту сторінку чи в спільноту).

Наша спроба класифікації різновидів посту ґрунтується на множинному підході з метою охопити все різноманіття постів:

I. За публічністю:

1. Особисті (розміщені на особистій сторінці для невеликого кола “друзів” – переважно реальних знайомих).

2. Особисто-публічні (розміщені на особистій сторінці з великою кількістю “друзів” та “підписників”, більшість із яких незнайомі).

3. Публічно-закриті (розміщені на публічних сторінках і групах з обмеженим доступом).

4. Публічно-відкриті (розміщені на публічних сторінках та групах із вільним доступом).

II. За формою:

1. Текст (стаття, відгук, вислів, цитата).

2. Зображення (картинка, текст на зображенні, мем).

3. Покликання (без коментаря, з коментарем, репост із коментарем чи без).

III. За тривалістю:

1. Постійні.

2. Тимчасові (автоматично зникають через 24 год.).

IV. За метою:

1. Інформаційні.

2. Розважальні.

3. Провокативні.

4. Рекламні.

V. За авторством:

1. Авторські.

2. Репост (із коментарем та без).

3. Пост-покликання (з коментарем та без).

VI. За оригінальністю:

1. Контентотвірні (оригінальні).

2. Контентопоширювальні (копіювання або поширення інших постів).

VII. За наповненням контентом:

1. Стаття.

2. Зображення.

3. Фото.

4. Мем.

5. Відео.

6. Аудіо.

7. Покликання.

8. Історія.

9. Відгук.

10. Реклама.

11. Анонс.

12. Сповідь.
13. Цитата.
14. Прохання.

Наведена класифікація неповна і передбачає подальше доповнення. Варто зазначити, що межі вказаних жанрових різновидів досить розмиті, вони часто можуть накладатися чи поєднуватися. Наприклад, стаття і зображення, відгук і відео тощо. Така гнучкість і неточність пояснюється особливостями інтернет-комунікації.

Отже, ми проаналізували особливості інтернет-жанрів, що характерні для сучасних соціальних мереж: особисті повідомлення, коментар, пост. Можна зробити висновок, що ці жанри поєднують у собі риси традиційних і нових жанрів. Поширення інтернет-комунікації та її динамічний розвиток дають підстави для нових досліджень у цьому напрямку. Особливо перспективним вважаємо вивчення жанрових особливостей поста, оскільки це основний жанр соцмереж, йому найбільше властивий синкретизм, динамізм і популярність серед інтернет-користувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бахтин М. М.* Проблема речевих жанров [Електронний ресурс] / М. М. Бахтин // Собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. – Т. 5 : Работы 1940-1960 гг. – С.159-206. – Режим доступа : http://philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm
2. *Горошко Е. И.* Виртуальное жанроведение : устоявшееся и спорное [Електронний ресурс] / Е. И. Горошко, Е. А. Жигалина // Вопросы психолінгвистики. – М., 2010. – 2 (12). – С. 105-123. – Режим доступа : <http://iling-ran.ru/library/voprosy/12.pdf>
3. *Горошко Е. И.* Лингвистика Интернета : формирование дисциплинарной парадигмы [Електронний ресурс] / Е. И. Горошко // Текстология.RU [сайт]. – Режим доступа : <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=76>
4. *Интернет-коммуникация как новая речевая формация* : Монография / Под ред. Т. Н. Колокольцевой. – М. : Флинта – Наука, 2012. – 328 с.
5. *Компанцева Л. Ф.* Интернет-лінгвістика / Л. Ф. Компанцева – К. : Науково-видавничий відділ Національної академії СБ України, 2009. – 273 с.
6. *Мельник М. В.* Комментарий как жанр интернет-коммуникации [Електронний ресурс] / М. В. Мельник // Система и структура східнослов'янських мов : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. – Вип. 7. – С. 113-117. – Режим доступа : <http://enpuir.pnu.edu.ua/handle/123456789/11209>
7. *Чемеркін С. Г.* Українська мова в Інтернеті : позамовні та внутрішньо-структурні процеси / С. Г. Чемеркін. – К., 2009. – 240 с.

Стаття надійшла до редакції 01.11.2017 р.

*Зеленая Ю. В., магистрант,
Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко, Киев*

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ИНТЕРНЕТ-ЖАНРОВ СОВРЕМЕННОЙ СОЦСЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В статье рассмотрены лингвистические особенности личных сообщений, комментариев и поста как интернет-жанров, реализуемых в современных социальных сетях – Facebook, Twitter, Instagram. Особое внимание обращено на жанровую специфику поста, сделана попытка классификации постов на основе разных критериев.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, интернет-лінгвістика, виртуальный жанр, социальная сеть, пост.

LINGUISTIC PECULIARITIES OF WEB-GENRES IN MODERN SOCIAL NETWORKS

The article deals with linguistic peculiarities of private messages, comment and post as web-genres, which are used in modern social networks – Facebook, Twitter, Instagram. Particular attention is paid to the genre peculiarities of post; there is also an attempt to classify posts according to different criteria.

Key words: *Internet communication, Internet linguistics, web-genre, social network, post.*

УДК 81'442:811.162.3

Калениченко М. М., к. філол. н., асист.
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка, м. Київ

БЕЗОСОБОВІ РЕЧЕННЯ НА РІВНІ СИНТАКСИКО-СЕМАНТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

У статті проаналізовано змістову організацію безособового речення з урахуванням його формальних ознак, визначено категоріальні характеристики безособовості, способи та засоби її реалізації.

Ключові слова: *безособове речення, предикативна основа речення, семантична структура.*

У сучасній славістичній науці синтаксичний рівень залишається одним із найменш досліджених структурних рівнів слов'янських мов. Чимало актуальних проблем слов'янського синтаксису, що вимагають ґрунтовного теоретичного висвітлення низки питань, пов'язаних як із розумінням внутрішньо-синтаксичної організації односкладних, зокрема безособових, речень у слов'янських мовах, так і з проблемою моделювання відповідних синтаксичних одиниць, на жаль, не знайшли однозначного вирішення у науковій літературі.

Як показує аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми, у сучасних дослідженнях моделі речення описуються переважно без урахування функціональних характеристик речення [3, с. 59; 5, с. 171-172]. Таке ігнорування важливого аспекту синтаксичних одиниць позбавляє дослідників можливості дати поглиблену інтерпретацію багатьох типів речень, зокрема безособових, які будуються за однією і тією ж структурною моделлю, але розрізняються характером синтаксичних функцій своїх компонентів, на що неодноразово звертали увагу дослідники [4, с. 29; 1, с. 5].

У слов'янському мовознавстві безособові конструкції ґрунтовно досліджено в аспекті їх формально-граматичної організації (В. В. Бабайцева, Л. І. Василевська, Є. М. Галкіна-Федорук, Ю. В. Локшин, Г. М. Чирва, Я. Бауер, Ф. Данеш, В. Шмілауер та ін.). Вивчення структурних параметрів безособових речень у слов'янських