



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2016.3.2>

УДК 81'42

ББК 81.055.1

Дата поступления статьи: 15.01.2016

Дата принятия статьи: 07.06.2016

ЭЛЕКТРОННЫЙ ТЕКСТ: ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВЫЙ ТИП ТЕКСТА?

Юлия Владимировна Балакина

PhD, доцент департамента литературы и межкультурной коммуникации,
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
julianaumova@gmail.com
ул. Большая Печерская, 25/12, 603155 г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлена развернутая характеристика нового явления в текстовой лингвистике – электронного текста, под которым предлагается понимать текст, продуцированный с помощью какого-либо электронного носителя информации (компьютера, телефона, планшета) и совмещающий в себе в той или иной степени черты устной и письменной речи. С применением не только уже описанных в науке, но и новых критериев разработаны разноаспектные классификации электронных текстов, отражающие их уникальность, средство коммуникации, источник, межтекстовые взаимоотношения (гипертекстуальность), возможности мультимедиа, законченность, формат, статус, функции, лингвистические особенности, ситуацию создания и ролевые отношения, пространственно-временной контекст, наложение характеристик устной и письменной речи.

Показано, что значительное количество электронных текстов и их типов схожи по некоторым характеристикам не только между собой, но и с традиционными (бумажными) аналогами, а электронный письменный дискурс – это, по сути, «препарированный» традиционный дискурс, где многие теоретически описанные в научной литературе процессы (интертекстуальность, гипертекстовость, полилогичность, приращение смыслов) становятся очевидными. На основании результатов проведенного исследования автор приходит к выводу о том, что пока не сложились условия, позволяющие выделять электронные тексты в самостоятельную область текстовой лингвистики.

Ключевые слова: электронный дискурс, электронный текст, анализ текста, гипертекст, мультимедийность.

В связи с развитием современных средств коммуникации и все более широким распространением нового типа текста – электронного – в лингвистике намечается отход от традиционного понятия текста как объединенной смысловой связью (линейной) последовательности знаковых единиц, основными свойствами которой являются связность и цельность [11]. Представляется, что эволюция электронных текстов достигла того этапа, когда стало необходимо выделить отдель-

ную отрасль внутри текстовой лингвистики, которая бы занималась изучением именно их особенностей.

Электронный дискурс исследуется как зарубежными (см., например: [19; 21; 22; 24; 28]), так и отечественными (см., например: [6; 15; 17]) учеными, однако большинство работ посвящено анализу отдельных типов электронных текстов (социальных сетей, блогов, электронных периодических изданий, чатов, форумов и т. п.). В данной же статье пред-

ставлена развернутая классификация электронных текстов и обобщены их уникальные характеристики.

Прежде чем рассматривать свойства и признаки электронного текста, уточним понятие электронного дискурса. Лингвисты сходятся во мнении о том, что, обладая рядом характеристик как письменного, так и устного дискурсов, электронный дискурс является неким их гибридом («в электронном дискурсе мы имеем дело с наполовину устной речью, существующей на стыке говорения и письма» [16, р. 135]) и представляет определенные трудности в плане его четкой классификации и дальнейшего анализа (см., например: [25]).

Большинство исследователей понимают электронный дискурс как существующий только в сети «Интернет», ограничивая, таким образом, возможность существования электронных текстов исключительно глобальной сетью ([8; 10; 12; 19; 22; 27; 29 и др.]). Данное ограничение представляется не совсем корректным, поскольку, помимо формы (устный или письменный), дискурс характеризуется через средство передачи информации. Так, коммуникация, осуществленная с помощью любых электронных средств, может быть отнесена к электронному дискурсу. В связи с этим необходимо уточнить и определение термина «электронный текст», на основе которого в статье классифицируются такие тексты.

Электронный текст (ЭТ) – это текст, продуцированный с помощью какого-либо электронного носителя информации (компьютера, телефона, планшета) и совмещающий в себе в той или иной степени черты устной и письменной речи.

Электронные тексты можно разделить на две группы: электронные тексты, имеющие аналоги среди традиционных типов текстов, и уникальные электронные тексты.

В первую группу объединены все виды писем, отчеты, деловая и личная корреспонденция, а также документация, статьи, публицистические и художественные произведения, дневники (в электронном варианте – блоги). Данные типы текстов распространены как в бумажном, так и в электронном вариантах.

Во вторую группу объединены тексты, существующие только на электронных носи-

телях и не имеющие бумажных аналогов. К ним относятся смс-сообщения и их разновидности (сообщения в кросс-платформенных приложениях «Viber», «What's Up», «Skype» и т. п.), сообщения в чатах, форумах, комментарии, записи на стене, статусы в социальных сетях и т. п.

Тексты обеих групп являются полноценными электронными текстами, так как они создаются при помощи различных электронных устройств.

Возможно классифицировать ЭТ и по другим основаниям.

1. Средство коммуникации, используемое при создании текста.

В соответствии с этим критерием выделяются созданные с помощью компьютера, планшета или телефона так называемые онлайн-тексты (интернет-тексты), для реализации целей которых необходим доступ к сети Интернет, и оффлайн-тексты, для создания которых Интернет не является обязательным условием (классические смс-сообщения, тексты, созданные в текстовом редакторе «Word» или ему подобных).

2. Источник текста.

На основе этого критерия разделяются ЭТ, созданные сразу в электронном виде без предварительной подготовки, и ЭТ, созданные посредством переноса данных в электронную форму с бумажного, аудио- или видео-носителя.

3. Межтекстовые взаимоотношения.

Особенности межтекстовых связей в электронной коммуникации выявляются нами с опорой на введенное Ю. Кристевой понятие интертекстуальности, то есть «постоянного диалога между текстами, образующими в своей совокупности глобальный интертекст культурной традиции» [23, р. 39]. По мнению Кристевой, интертекстуальность может быть горизонтальной (отношения между текстом-адресатом и окружением) и вертикальной (связь между текстами, продуцированными в разное время). Согласно И.В. Гюббенет, вертикальная интертекстуальность (или «вертикальный контекст») недоступна непосредственному наблюдению; она складывается из литературно-филологического и социально-исторического контекста [5, с. 7].

Тем не менее представляется, что интертекстуальные связи в электронной коммуникации наглядны и материальны, как ни в каком другом типе коммуникации. На экране монитора непосредственно видно, что данный текст может быть напрямую связан с большим количеством других текстов, продуцированных в разное время и имеющих различных адресатов и контекст создания. Эти тексты объединены некой смысловой общностью (зачастую ассоциативной и субъективной), которая актуализуется благодаря наличию в электронном тексте дескрипторов (тэгов / ключевых слов) или гиперссылок.

Гиперссылка – это, как известно, активный элемент (текстовая последовательность, изображение, кнопка и т. п.) одного ЭТ, при нажатии на который происходит переход к другому ЭТ или его элементу; это также может быть строка с адресом одной веб-страницы (или ее элемента), размещенная на другой веб-странице. Объекты, содержащие гиперссылки, называются гипертекстовыми.

Автор термина «гипертекст» Теодор Нельсон определяет его в работе «Литературные машины» как «нелинейное письмо» и как «способ организации информации в виде сети взаимосвязанных узлов, которую читатель может исследовать нелинейным образом» [26, р. 114]. По замечанию А.В. Соснина, гипертекст неразрывно связан с интертекстуальностью, поскольку он непосредственно отражает межтекстовые связи [14, с. 102].

Т. Нельсон подчеркивает, что гипертекст, строго говоря, не может быть напечатан, то есть гипертекстуальность – это характеристика исключительно электронных текстов. Впрочем, по такому же принципу построены любые печатные словари или энциклопедии. В них «гиперссылка» или отсылка к другому разделу просто нарушает линейность прочтения (конечно, в случае перехода по ней).

Гиперссылки являются неотъемлемой частью публичных электронных текстов, доступных для прочтения не только автору, но еще хотя бы одному пользователю (e-мейлы, личные сообщения в социальных сетях типа «ВКонтакте») или отдельным пользовательским группам (рассылки, сообщения в группах, блогах, закрытых форумах и т. п.),

а в идеале – всем пользователям глобальной сети.

Пользуясь метафорой А.В. Соснина, можно сказать, что гиперссылки «в ткани текста становятся входами в лабиринт» со множеством выходов и что в результате перехода по ним «читатель может оказаться очень далеко от отправной точки в интерпретации текста» [13, с. 187].

Дескрипторы (тэги) в целом функционируют так же, как и гиперссылки, позволяя связывать между собой разрозненные во времени и пространстве тексты.

Гиперссылки, как и дескрипторы, являются одной из уникальных характеристик ЭТ; они меняют линейные взаимоотношения традиционных текстов с последовательной семантической связью на форму эксцентрических кругов или раскручивающейся спирали [30].

Однако существует достаточное количество ЭТ, созданных не в сети Интернет, которые, соответственно, не содержат ни гиперссылок, ни дескрипторов, что позволяет нам говорить о сохранении традиционных, то есть последовательных, межтекстовых связей между такими текстами.

4. Возможности мультимедиа.

Значимым отличием ЭТ от текста традиционного является возможность комбинирования собственно текста с графическими, аудио- или видеообъектами. Данные объекты, включенные в текст, становятся его неотъемлемой частью. В настоящее время ряд исследователей даже указывают на превалирование визуальных объектов над текстом в электронном дискурсе (см., например: [1; 6]), что является естественным процессом, связанным с экономией усилий и ресурсов. Сделать фото и отправить его собеседнику намного проще, чем создавать детальное описание ситуации с помощью набора текста. Однако для правильной интерпретации мультимедийного файла (будь то аудио, видео или фото), так или иначе, необходимо наличие текстовой поддержки в виде комментария, подписи или описания. Как отмечает Р. Барт, вербальное сообщение по отношению к визуальному выполняет функцию закрепления смысла [1]. Преодолевая смысловую неопределенность изображения, текст не столько идентифици-

рует изображаемое, сколько закрепляет заложенный смысл. В отношении изображений, имеющих код, таких как картины или рисунки, текст управляет не идентификацией, а интерпретацией зрительных образов.

Таким образом, мы можем говорить о мультимедийности ЭТ, являющего собой, в отличие от традиционного текста (мономедийного), симбиоз текста и медиа. Мультимедийность – это понятие, близкое к интерсемиотичности, то есть, по А.Е. Бочкареву, «динамическому взаимодействию разнотипных знаковых систем» [3, с. 62]. Действительно, как отмечает исследователь, «не будучи результатом деятельности одного языка, текст подлежит изучению с позиции множества формирующих его кодов» [3, с. 62]. Например, в отличие от языковых знаков, образующих текстовую последовательность, в основе языка изобразительного искусства лежат знаки визуальные, иконические. Заметим, однако, что словесные сообщения имеют линейный характер, а зрительная коммуникация не линейна, а двумерна, поскольку адресат, смотрящий на рисунок, воспринимает заложенное в нем сообщение как целое [9, с. 380].

Наличие разнотипных семиотических систем или мультимедиа, безусловно, не является обязательной характеристикой всех ЭТ и зависит исключительно от предпочтений автора или коммуникативной ситуации.

5. Законченность / возможность редактирования.

В соответствии с этим критерием ЭТ делятся на тексты, которые можно редактировать во время создания, и тексты, редактирование которых возможно не только в процессе создания, но и на протяжении определенного периода после их публикации или отправки (этим электронные тексты данной группы выгодно отличаются от традиционных).

6. Форма и структура (шаблоны, свободный формат).

Для создания некоторых типов ЭТ доступны полуготовые шаблоны, позволяющие размещать данные на заранее определенных местах. К таким шаблонным текстам можно отнести в первую очередь все виды блогов («Твиттер», «Живой журнал» и т. п.). Для того

чтобы создать свой собственный блог в Интернете, необходимо всего лишь выбрать один из предлагаемых форматов, фон, цвет, размер и тип шрифта и разместить на странице доступные для данного сайта гипертекстовые функции.

Форматом сайта также ограничены ЭТ, создаваемые в различных социальных сетях, сообщения в чатах, форумах, комментарии на сайтах и телефонные текстовые сообщения.

К текстам свободного формата относится, прежде всего, личная корреспонденция; она может принимать какую угодно форму, поскольку возможности современных почтовых сервисов для создания текстов и их мультимедийного наполнения практически безграничны. Личные сайты, создаваемые самим автором без использования готовых шаблонов, также свободны от каких-либо ограничений.

7. Статус и дальнейшее применение ЭТ.

Созданные с помощью электронных устройств тексты могут быть использованы для реализации различных целей. Например, тексты, созданные оффлайн, могут быть опубликованы в сети Интернет, сменив статус на онлайн. Кроме того, возможен перевод ЭТ в традиционный формат при помощи принтера. Таким образом, можно отметить, что статус ЭТ легко подвергается трансформации в зависимости от целей продуцента.

8. Функция.

По К. Бринкеру, функция текста может быть определена как значение, которое приобретает текст в процессе коммуникации, а именно как цель, которой служит текст в данном коммуникативном акте. Под функцией также понимается определенное намерение продуцента, которое реципиент должен распознать.

Для определения функции текста К. Бринкер предлагает использовать следующие критерии:

- языковые формы и структуры, с помощью которых продуцент дает возможность реципиенту распознать свои намерения;
- языковые формы и структуры, с помощью которых продуцент, явно или скрыто, выражает свое отношение к содержанию текста и к предмету обсуждения в частности;

– контекстуальные индикаторы, такие как ситуационный контекст [18, р. 83].

Согласно М. Димтеру, по выполняемой функции выделяют следующие типы текстов: *информативные, призывающие, обязывающие, связывающие и заявляющие* [20].

Электронные тексты выполняют любую из названных выше функций, поэтому могут быть выделены следующие их типы:

– *информативные тексты* (сообщения в блогах, ленты новостей, смс-сообщения, e-мейлы и т. п.), в которых продуцент размещает некоторую информацию либо непосредственно о себе, либо связанную с собой, либо о прошлых или ожидаемых событиях;

– *тексты-призывы* (реклама, объявления, в том числе спам, а также объявления о сборе средств на различные цели, призывы вступать в какую-либо группу и пр.), основной функцией которых является побуждение адресата к какому-либо действию; данные тексты широко распространены в электронном виде;

– *тексты-обязательства* (различного рода договоры и соглашения, гарантийные свидетельства и др.); до недавнего времени такие тексты существовали преимущественно в бумажном варианте, поскольку отражали принятие сторонами обязательств по выполнению того или иного действия; с развитием электронного документооборота и электронной подписи данный тип ЭТ получает все большее распространение;

– *тексты, выражающие вежливость* (поздравления, пожелания, выражения благодарности и т. п.), которые, как правило, имеют форму сообщений на стене в социальных сетях, личных сообщений, смс-сообщений;

– *тексты-заявления* (постановления о вступлении в какую-либо должность, завещания, судебные решения и т. п.), которые, как и тексты-обязательства, все чаще встречаются в электронном варианте.

9. Лингвистические особенности.

Что касается языка ЭТ, то необходимо провести четкую границу между формализованными типами текстов, в которых учитываются нормы официально-делового, научного, публицистического функциональных стилей (официальная и деловая корреспонденция, научные и публицистические статьи, ленты

новостей на сайтах крупных медиакомпаний, информация на официальных сайтах), и ЭТ, созданными с целью неформального общения.

Для таких неформальных ЭТ характерно использование разговорного стиля; лексики сниженного регистра и табуированной лексики; использование междометий, восклицаний, частиц для создания эффекта эмоциональной окрашенности текста; значительного количества англицизмов; различных вариантов сокращений для оптимизации письма (эллиптические конструкции, ассимиляция, аббревиатуры и акронимы); игнорирование знаков пунктуации.

В неформальных ЭТ могут совмещаться элементы латинского и кириллического алфавитов.

Опираясь на работу Г. Гусейнова, описавшего варианты сосуществования латиницы и кириллицы в одном тексте [4], предлагаем выделять ЭТ:

– включающие фрагмент на чужом языке в русский текст (*В конце концов завтра все закончится. yo, baby*);

– представляющие собой полную латинскую транслитерацию русского текста (*Nashli internet i zavisli v seti*). Это, в частности, типично для русскоговорящих пользователей, проживающих за рубежом и не имеющих клавиатуры с кириллицей. Сюда же относится симуляция кириллицы с использованием 12 букв латинского алфавита и создание текстов на этом симулянте (*A Y BAC KAK?*);

– содержащие кириллические буквы, которые указывают на латинские, расположенные на тех же клавишах (так, *З.Ы.* означает *P.S.*), или используются для написания слов иноязычного происхождения и англицизмов (*nIcЫ* вместо *P.S.*). Это экономит усилия при переключении с одного алфавита на другой.

В орфографии неформальных ЭТ находит отражение ориентация автора на произношение слов. В связи с этим в сообщениях возникает большое количество ошибок. Их можно подразделить на две большие группы: ошибки, допускаемые намеренно, с определенной целью, и ошибки, допущенные случайно.

Ошибки, допускаемые автором намеренно, преследуют эмфатические цели: привлечение внимания как можно большего ко-

личества читателей или усиление авторских эмоций. Например, неправильно написанные слова *пейсатель* и *переводчег* из недавно модного на некоторых интернет-порталах «олбанского языка» могут означать соответственно «горе-писатель» и «горе-переводчик». Заметим, однако, что искажения правописания в «олбанском языке» образуют целую систему и достаточно регулярно соотносятся с нормой. Подробно эту систему изложил М.А. Кронгауз в книге «Самоучитель олбанского» [7].

Существуют также ошибки, возникающие в процессе набора текста. Сюда относятся неверные комбинации букв, пропуск определенных символов, подмена букв соседними, случайное слитное или раздельное написание и т. п.

Тем не менее если совсем недавно писать в Интернете с ошибками было модно, то в настоящее время наблюдается прямо противоположная тенденция. Нередко участниками коммуникативного акта проводится параллель между наличием ошибок в орфографии или пунктуации и социальным статусом пользователя, его образованием и т. п. Если сейчас пользователь сознательно пишет *превед* вместо *привет*, то он, возможно, хочет казаться маргиналом, нонконформистом или бунтарем.

10. Ситуация создания ЭТ и ролевые отношения.

Монологические электронные тексты, созданные по формуле «один человек пишет для себя», встречаются крайне редко, это лишь тексты, созданные в виде заметок или черновиков на персональном компьютере, планшете или телефоне, адресованные самому создателю данного текста. В большинстве же случаев мы имеем дело с диалогами (переписка между двумя пользователями с помощью электронной почты, социальных сетей, смс) либо с полилогами в том случае, когда в коммуникацию вовлечены три и более человека (форумы, чаты, комментарии, социальные сети, рассылки по электронной почте и смс и т. п.). Здесь формула создания ЭТ меняется на «один пишет для многих».

Итак, в процессе электронной коммуникации мы, как правило, имеем одного автора ЭТ и бесчисленное количество читателей,

часть из которых принимают активное участие в коммуникативном акте.

11. Отношения между участниками коммуникативного акта.

В электронной коммуникации можно выделить три степени взаимоотношений между участниками коммуникации, а следовательно, и три типа ЭТ, в которых представлены:

- полная анонимность (типична для общения в сети Интернет; в данном случае автор не раскрывает деталей своей реальной жизни и общается под вымышленным именем или использует «никнейм»);

- частичная анонимность (участники коммуникативного акта делятся друг с другом некоторой информацией о себе, такой как реальное имя, место проживания и т. п.; при этом собеседники лично не знакомы);

- реальная связь (типична для коммуникации людей, знакомых друг с другом лично и использующих электронное общение как удобный способ передачи информации – смс, сообщения в социальных сетях, «Viber», «Skype» и т. д.).

Однако следует отметить, что, даже если автор предоставляет читателю полную правдивую информацию о себе или собеседники знакомы лично в реальной жизни, их взаимоотношения на уровне электронной коммуникации тем не менее квалифицируются как отдаленные во времени и пространстве.

12. Пространственно-временной контекст.

Что касается локальной ориентации ЭТ, то они обнаруживают однородность, поскольку создаются при общении на расстоянии – участники коммуникативного акта находятся физически далеко друг от друга.

Временная ориентация ЭТ в целом может быть определена как асинхронная: после продуцирования текста проходит некоторое количество времени до того, как реципиент его воспримет, и еще некоторое время до того, как он даст реакцию на сообщение. Однако по данному параметру ЭТ кардинально отличаются друг от друга. Например, ответ на электронное письмо можно ждать неделю или более, в то время как в различных чатах между отправкой текста и откликом на него проходит всего несколько секунд.

13. Наложение характеристик устной и письменной речи.

Одной из основных уникальных характеристик электронного дискурса, как уже было отмечено выше, является его позиция на границе между устным и письменным дискурсом.

Устный дискурс характеризуется пространственной близостью говорящих, приватностью (он «открыт» только для участников коммуникативного акта), эмоциональностью, вовлеченностью в ситуацию, диалогичностью и спонтанностью. Для письменного дискурса в свою очередь характерна пространственная отдаленность участников коммуникативного акта, публичность, отсутствие средств для выражения эмоций, изолированность от ситуации, монологичность и обдуманность.

С учетом представленных выше характеристик можно констатировать, что некоторые ЭТ гармонично сочетают в себе характеристики обоих видов дискурса. Во-первых, неоспорим тот факт, что ЭТ, размещаемые в сети Интернет, являются *публичными*, так как сама суть глобальной сети заключается в предоставлении свободного доступа к любой информации (с некоторыми законодательными ограничениями). Не вызывает сомнений и *пространственная отдаленность* участников коммуникативного акта. Канал связи автора текста с читателями играет огромную роль, поскольку участники коммуникативного акта общаются не напрямую, а с помощью технических средств: здесь осуществляется дистанционная коммуникация, которая обеспечивается компьютером или другим устройством. Таким образом, традиционная формула «продуцент – текст – реципиент» трансформируется в «продуцент – машина – текст – реципиент».

Данные характеристики ЭТ определяют их принадлежность к письменному дискурсу. Представим теперь элементы, которые выводят ЭТ за рамки сугубо письменной коммуникации.

Как известно, одной из основных характеристик устного дискурса является *эмоциональность*. Для выражения эмоций собеседники прибегают в живом общении к различным паралингвистическим средствам. Авторы ЭТ лишены подобной возможности и по-

этому часто используют графо-стилистические средства, которые по способности передавать эмоции приближаются к традиционным паралингвистическим средствам.

Самым распространенным графо-стилистическим средством являются смайлы; еще более широкий спектр эмоций передают эмодзи, как статичные, так и подвижные. Кроме того, часто используются междометия и восклицания. Необходимо упомянуть звукоподражательные средства и специальные символы-звездочки, которые призваны воссоздать атмосферу живого общения и симитировать эффект присутствия. Данные средства иногда могут выразить даже больший спектр различных эмоций, чем непосредственный участник живого коммуникативного акта смог бы продемонстрировать с помощью мимики и жестов. Это зачастую приводит к излишней, неоправданной эмоциональности ЭТ.

Передаче эмоционального состояния собеседников также способствуют включенные в них аудио- и видеофайлы.

Следующая характеристика ЭТ – это *вовлеченность в ситуацию* как продуцента, так и реципиента. Основной целью автора традиционного письменного текста служит сообщение информации, а читатель выступает только в роли ее получателя, постигая конкретную ситуацию лишь опосредованно, не участвуя в ней и не присутствуя на месте действия. Авторам же электронных текстов доступно создание эффекта личного присутствия – с помощью прямых обращений, детального описания ситуации, фото- или видеосъемки места действия. Реципиент, по сути, погружается в ситуацию и может ее комментировать, как если бы он там присутствовал. Итак, в данном случае также можно говорить о совмещении в ЭТ черт устного и письменного дискурсов.

Электронный текст реализует свойственные устному дискурсу характеристики *диалогичности / полилогичности*. Кроме того, в электронном общении, часто проходящем в режиме реального времени, участники часто *меняются ролями* (реципиент – продуцент), что также характерно для устной коммуникации. Следовательно, электронный текст пишется всеми участниками – полилогичность, как известно, ведет к приращению

смысла, – и здесь мы имеем наглядное подтверждение тезиса Р. Барта о том, что «текст следует наблюдать не как застывший продукт, а как его производство, включенное в другие тексты и другие коды <...> путем межтекстовых ассоциаций» [2, с. 307].

Устный и письменный дискурсы противопоставлены по признакам *спонтанности* и *обдуманности*. Традиционно считается, что спонтанность, будучи реакцией на ситуацию, присуща только устной речи, а для создания письменного высказывания необходимо преобразовать информацию, обработать ее и только затем воплотить на письме. Однако с появлением таких ЭТ, как смс и сообщения в блогах, социальных сетях и на форумах, целью которых является немедленный отклик, грань между устным и письменным в электронном дискурсе стала еще более тонкой.

Таким образом, электронные тексты представляют собой формирующийся отдельный класс, в большей или меньшей степени сохраняя в себе черты традиционных письменного и устного дискурсов. Если разместить все типы ЭТ на шкале, определяющей степень принадлежности к письменному или устному дискурсу, то самыми «письменными» будут большинство офлайн-текстов, официальные электронные письма, ленты новостей и тексты, размещаемые на официальных сайтах. К наиболее «устным» текстам могут быть отнесены смс-сообщения и подобные им сообщения в чатах.

Количество разных типов ЭТ весьма значительно, и признаки многих из них пересекаются, что отчасти затрудняет классификацию данных текстов. При этом каждая группа близких ЭТ в зависимости от канала передачи информации, традиционных аналогов или контекста имеет свои уникальные характеристики. Существуют ЭТ, по основным характеристикам совпадающие с традиционными, однако при появлении каждого нового признака, не свойственного обычным текстам (гиперссылки, мультимедиа, возможность редактирования и т. д.), разрыв между ними увеличивается. Тем не менее думается, что рассматривать и анализировать электронные тексты отдельно от традиционных пока еще рано, хотя изучение ЭТ дает возможность более наглядно представить и глубже понять общие

механизмы текстопостроения. Электронный письменный дискурс – это, по сути, «препарированный» традиционный дискурс, где многие теоретически описанные процессы (интертекстуальность, гипертекстовость, полилогичность, приращение смыслов) становятся очевидными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт, Р. Риторика образа / Р. Барт // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М. : Прогресс, 1994. – С. 297–318.
2. Барт, Р. Текстовый анализ / Р. Барт // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. IX : Лингвостилистика. – М. : Прогресс, 1980. – С. 307–312.
3. Бочкарев, А. Е. Интерсемиотичность / А. Е. Бочкарев // Семантический словарь. – Н. Новгород : Деком, 2003. – С. 62–65.
4. Гусейнов, Г. Заметки к антропологии русского Интернета: особенности языка и литературы сетевых людей / Г. Гусейнов // НЛО: независимый филологический журнал. – 2000. – № 43. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html> (дата обращения: 26.08.2015). – Загл. с экрана.
5. Гюббенет, И. В. Основы филологической интерпретации текста / И. В. Гюббенет. – М. : Изд-во МГУ, 1991. – 250 с.
6. Коммуникативные трансформации социальных медиа / З. С. Завьялова, И. В. Кондратьева, Е. В. Гиниятова, Э. К. Дикин // Известия Томского политехнического университета. Социально-гуманитарные технологии. – 2014. – № 6. – С. 88–93.
7. Кронгауз, М. А. Самоучитель олбанского / М. А. Кронгауз. – Москва : АСТ : CORPUS, 2013. – 416 с.
8. Кушнерук, С. Л. Расширение коммуникативного пространства: специфика текстов электронных СМИ в сравнении с печатными / С. Л. Кушнерук // Политическая лингвистика. – 2007. – № 3. – С. 140–143.
9. Мартине, А. Основы общей лингвистики / А. Мартине // Новое в лингвистике. – М. : Издательство иностранной литературы, 1963. – Вып. III. – С. 366–566.
10. Морозова, О. Н. Особенности интернет-коммуникации: определение и свойства / О. Н. Морозова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2010. – № 5. – С. 150–157.
11. Николаева, Т. М. Текст / Т. М. Николаева // Лингвистический энциклопедический словарь : изд. на CD-ROM / гл. ред. В. Н. Яреца. – М. : Директмедиа Паблишинг, 2008.

12. Распопина, Е. Ю. Дифференциальные и жанровые особенности компьютерного интернет-дискурса / Е. Ю. Распопина // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2010. – № 1. – С. 125–132.

13. Соснин, А. В. Аллюзивный процесс при прочтении гипертекста / А. В. Соснин // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи : сб. материалов Междунар. науч. конф. «Скрбневские чтения» (16–17 апр. 2014 г.). – Нижний Новгород : НГЛУ, 2014. – С. 181–190.

14. Соснин, А. В. Прологомены к описанию лондонского текста / А. В. Соснин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 2. – С. 101–107.

15. Чеснокова, И. А. Особенности устной / письменной речи в электронном письме / И. А. Чеснокова // Вестник Бурятского государственного университета. – 2011. – № 11. – С. 132–135.

16. AbuSa'alek, A. O. Internet Linguistics: A Linguistic Analysis of Electronic Discourse as a New Variety of Language / A. O. AbuSa'alek // International Journal of English Linguistics. – 2015. – Vol. 5, № 1. – P. 135–144.

17. Balakina, J. Anglicisms in Russian and German Blogs / J. Balakina. – Frankfurt am Main : Peter Lang, 2011. – 262 p.

18. Brinker, K. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden / K. Brinker. – Berlin : Erich Schmidt, 2001. – 165 p.

19. Crystal, D. Internet Linguistics: A Student Guide / D. Crystal. – London, NY : Routledge, 2011. – 179 p.

20. Dimter, M. Textklassenkonzepte heutiger Alltagssprache: Kommunikationssituation, Textfunktion u. Textinhalt als Kategorien alltagssprachlicher Textklassifikation / M. Dimter. – Tübingen : Niemeyer, 1981. – 144 p.

21. Ess, Ch. Culture and Computer-Mediated Communication: Toward New Understandings / Ch. Ess, F. Sudweeks // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2005. – Vol. 11, № 1. – P. 179–191.

22. Herring, S. C. Computer-Mediated Discourse / S. C. Herring // The Handbook of Discourse Analysis / D. Schiffrin, D. Tannen, H. Hamilton (eds.). – 2001. – P. 612–634.

23. Kristeva, J. Word, Dialogue and Novel / J. Kristeva // The Kristeva Reader / ed. by T. Moi. – Oxford : Basil Blackwell, 1986. – P. 34–61.

24. Locher, M. A. Electronic Discourse / M. A. Locher // The Pragmatics of Discourse / K. P. Schneider, A. Barron (eds.). – Berlin : Mouton, 2014. – P. 555–581.

25. Muniandy, A. V. Electronic Discourse (E-discourse): Spoken, Written or a New hybrid?

/ A. V. Muniandy // Prospect. – 2002. – Vol. 17, № 3. – P. 45–68.

26. Nelson, T. H. Literary Machines: The report on, and of, Project Xanadu Concerning Word Processing, Electronic Publishing, Hypertext, Thinkertoys, Tomorrow's Intellectual Revolution, and Certain Other Topics Including Knowledge, Education and Freedom / T. H. Nelson. – Sausalito, California : Mindful Press, 1981. – 114 p.

27. Sun, H. M. A Study of the Features of Internet English From a Linguistic Perspective / H. M. Sun // Studies in Literature and Language. – 2010. – Vol. 1, № 7. – P. 98–103.

28. Thurlow, C. Computer Mediated Communication / C. Thurlow, L. Lengel, A. Tomic. – London : Sage Publications, 2004. – 256 p.

29. Thurlow, C. The Internet and Language / C. Thurlow // Concise Encyclopedia of Sociolinguistics / Mesthrie R., Asher R. (eds.). – Amsterdam : Elsevier, 2001. – P. 287–289.

30. Wedeles, L. Prof. Nelson Talk Analyzes P.R.I.D.E. / L. Wedeles // Vassar Miscellany News. – 1965. – February 3. – Electronic text data. – Mode of access: http://faculty.vassar.edu/mjoyce/MiscNews_Feb65.html (date of access: 26.08.2015). – Title from screen.

REFERENCES

1. Bart R. Ritorika obraza [Rhetoric of Image]. *Izbrannye raboty: Semiotika. Poetika* [Selected Works: Semiotics. Poetics]. Moscow, Progress Publ., 1994, pp. 297-318.

2. Bart R. Tekstovyy analiz [Text Analysis]. *Novoe v zarubezhnoy lingvistike. Vyp. IX: Lingvistika* [The New in Foreign Linguistics. Iss. 9: Linguistics]. Moscow, Progress Publ., 1980, pp. 307-312.

3. Bochkarev A.E. Intersemiotichnost [Intersemiotics]. *Semanticheskiy slovar* [The Dictionary of Semantics]. Nizhny Novgorod, Dekom Publ., 2003, pp. 62-65.

4. Guseynov G. Zametki k antropologii russkogo Interneta: osobennosti yazyka i literatury setevykh lyudey [Notes on the Anthropology of Russian Internet: Linguistic and Literature Peculiarities of "Web" People]. *NLO: Nezavisimyy filologicheskyy zhurnal*, 2000, vol. 43. Available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2000/43/main8.html>. (accessed August 26, 2015).

5. Gyubbenet I.V. *Osnovy filologicheskoy interpretatsii teksta* [The Basics of Philological Text Interpretation]. Moscow, Izd-vo MGU, 1991. 250 p.

6. Zavyalova Z.S., Kondratyeva I.V., Gimiyatova E.V., Dikin E.K. Kommunikativnye transformatsii sotsialnykh

media [Communicative Transformations of Social Media]. *Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta. Sotsialno-gumanitarnye tekhnologii*, 2014, no. 6, pp. 88-93.

7. Krongauz M.A. *Samouchitel olbanskogo* ["Olbanian" Language Self-Teacher]. Moscow, AST Publ., CORPUS Publ., 2013. 416 p.

8. Kushneruk S.L. Rasshirenie kommunikativnogo prostranstva: spetsifika tekstov elektronnykh SMI v sravnenii s pechatnymi [Broadening of Communicative Space: Peculiarities of Electronic Media Texts in Contrast to Printed Ones]. *Politicheskaya lingvistika*, 2007, no. 3, pp. 140-143.

9. Martine A. Osnovy obshchey lingvistiki [The Basics of General Linguistics]. *Novoe v lingvistike. Vypusk III* [The New in Linguistics. Iss. 3]. Moscow, Izd-vo inostrannoy literatury, 1963, pp. 366-566.

10. Morozova O.N. Osobennosti internet-kommunikatsii: opredelenie i svoystva [Peculiarities of Internet Communication: Definition and Characteristics]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*, 2010, no. 5, pp. 150-157.

11. Nikolaeva T.M. Tekst [The Text]. Yartseva V.N., ed. *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar* [Encyclopedia of Linguistics]. Moscow, Direktmediya Publ., 2008.

12. Raspopina E. Yu. Differentsialnye i zhanrovye osobennosti kompyuternogo internet-diskursa [Differential and Genre Features of Computer-Mediated Internet Discourse]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 2010, no. 1, pp. 125-132.

13. Sosnin A.V. Allyuzivnyy protsess pri prochtenii giperteksta [Actualizing and Deciphering Allusions when Interpreting Hypertexts]. *Teoriya i praktika lingvisticheskogo opisaniya razgovornoy rechi: Sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii "Skrebnevskie chteniya" (16-17 aprelya 2014 g.)* [Skrebnev's Readings: Proceedings of the International Conference in Memory of Professor Yu.M. Skrebnev]. Nizhny Novgorod, NGLU Publ., 2014, pp. 181-190.

14. Sosnin A.V. Prolegomeny k opisaniyu londonskogo teksta [Prolegomena to the Description of the London Text]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya*, 2012, no. 2, pp. 101-107.

15. Chesnokova I.A. Osobennosti ustnoy / pismennoy rechi v elektronnom pisme [Oral and Written Features of Electronic Mail]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2011, no. 11, pp. 132-135.

16. AbuSa'aleek A.O. Internet Linguistics: A Linguistic Analysis of Electronic Discourse as a New Variety of Language. *International Journal of English Linguistics*, 2015, vol. 5, no. 1, pp. 135-144.

17. Balakina J. *Anglicisms in Russian and German Blogs*. Frankfurt am Main, Peter Lang, 2011. 262 p.

18. Brinker K. *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin, Erich Schmidt, 2001. 165 p.

19. Crystal D. *Internet Linguistics: a Student Guide*. London, NY, Routledge, 2011. 179 p.

20. Dimter M. *Textklassenkonzepte heutiger Alltagssprache: Kommunikationssituation, Textfunktion u. Textinhalt als Kategorien alltagssprachlicher Textklassifikation*. Tübingen, Niemeyer, 1981. 144 p.

21. Ess Ch. Culture and Computer-Mediated Communication: Toward New Understandings. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2005, vol. 11, no. 1, pp. 179-191.

22. Herring, S. C. Computer-Mediated Discourse. D. Schiffrin, D. Tannen, H. Hamilton eds. *The Handbook of Discourse Analysis*, 2001, pp. 612-634.

23. Kristeva J. Word, Dialogue and Novel. Moi T., ed., *The Kristeva Reader*. Oxford, Basil Blackwell, 1986, pp. 34-61.

24. Locher M.A. Electronic Discourse. Schneider K.P., Barron A., eds. *The Pragmatics of Discourse*, Berlin, Mouton, 2014, pp. 555-581.

25. Muniandy A.V. Electronic Discourse (E-discourse): Spoken, Written or a New hybrid? *Prospect*, 2002, vol. 17, no. 3, pp. 45-68.

26. Nelson T.H. *Literary Machines: The report on, and of, Project Xanadu concerning word processing, electronic publishing, hypertext, thinker toys, tomorrow's intellectual revolution, and certain other topics including knowledge, education and freedom*. XOC, Mindful Press, 1981. 114 p.

27. Sun H.M. A Study of the Features of Internet English from a Linguistic Perspective. *Studies in Literature and Language*, 2010, vol. 1, no. 7, pp. 98-103.

28. Thurlow C., Lengel L., Tomic A. *Computer Mediated Communication*. Sage Publications, 2004. 256 p.

29. Thurlow C. The Internet and Language. Mesthrie R., Asher R., eds. *Concise Encyclopedia of Sociolinguistics*, Amsterdam, Elsevier, 2001, pp. 287-289.

30. Wedeles L. Prof. Nelson Talk Analyzes P.R.I.D.E. *Vassar Miscellany News 03.02.1965*. Available at: http://faculty.vassar.edu/mijoyce/MiscNews_Feb65.html. (accessed August 26, 2015).

THE ELECTRONIC TEXT – A CARDINALLY NEW TEXTUAL TYPE?

Yulia Vladimirovna Balakina

PhD, Associate Professor, Department of Literature and Cross-cultural Communication,
National Research University “Higher School of Economics”
julianaumova@gmail.com
Bolshaya Pecherskaya St., 25/12, 603155 Nizhniy Novgorod, Russian Federation

Abstract. The article is devoted to the detailed classification and analysis of a new phenomenon in text linguistics – electronic texts. In a globalised world, the electronic means of communication are swiftly gaining popularity with people of all ages and nationalities, superseding the traditional means of information exchange. Produced with the help of any electronic device (computer, mobile phone, tablet etc.) electronic texts are seen as a combination of features typical of both oral and written discourse. Applying not only existing criteria of classification, but also some new ones, the article introduces a many-sided approach to estimation of electronic texts, disclosing their uniqueness, channel, source, hypertextual layout, multimedia, finality, layout, status, function, language, situation of communication and roles, time and local relation, orality vs. literacy.

The study reveals the following results. First of all, there is a sufficient number of electronic texts which possess overlapping characteristics with other types of electronic texts as well as with their traditional counterparts. Thus, written electronic discourse is actually a “prepared” traditional discourse revealing in practice such theoretical concepts as intertextuality, hypertext nature, polylogue and others.

All in all, at present it seems inappropriate to examine electronic texts in a separate field of text linguistics without any reference to traditional texts.

Key words: electronic discourse, electronic text, text analysis, hypertext, multimedia.