

Электронные тексты в рефлексии повседневного письменного общения (на материале словацкого языка)

Ян Галло

Философский факультет, Университет им. Константина Философа в Нитре
jgallo@ukf.sk

Ключевые слова: блог, письменное общение, электронная коммуникация, электронный текст, электронное общение, электронная почта, эмоджикон, чат, Интернет, SMS-сообщение, стиль, текст
Keywords: blog, electronic text, electronic communication, e-mail, emoticon, chat, internet, SMS-text message, style, text, written communication

Введение

В настоящее время электронные тексты присутствуют во всех сферах общения. Посредством сети Интернета, частично и мобильных телефонов, мы отправляем деловую и коммерческую корреспонденцию, получаем рекламу в частные почтовые ящики, учреждения публикуют важную информацию на своих веб-страницах. Очевидно, что определённый текст написан на компьютере и распространяется через Интернет, имеет разную степень выраженности в своей окончательной форме, в своём стиле. Официальные документы и научные работы доступны в Интернете и ничем не отличаются от печатных версий. У журналистики, политической, культурной и пр., публикующейся через так называемые блоги, уже есть некоторые специфические черты электронного документа. Общение в так называемых чат-комнатах имеет особенности, комбинация которых возможна только в электронных средствах массовой информации.

В статье исследование будет сосредоточено на тех видах электронных текстов, которые образуют составную часть (по большей части) **сферы повседневного общения**. Сюда входят, в частности, тексты частных электронных писем и SMS-сообщений, а также те, которые, хотя и публикуются в публичном пространстве электронного СМИ, но участники им не всегда приспосабливают форму и / или содержание своих докладов, и, кроме прочего, они являются (потенциально) анонимными. Это относится, например, к так называемым чатам. В зоне перехода между частным и публичным общением находятся и так называемые блоги. В связи с замыслом данного исследования (сфера повседневного общения) мы обращаем наше внимание на блоги, предназначенные для небольшого круга друзей и знакомых (личные блоги).

В статье также приводим рефлексии лингвистов, для которых электронные тексты были предметом исследования в последние годы. Мы также занимаемся стилем электронных текстов в целом. С точки зрения семиотики рассматриваем использование элементов семиотических кодов, отличных от естественного языка. Уделяем также внимание нескольким избранным жанрам электронного общения: электронная почта, короткие текстовые сообщения (SMS), чат и блоги. Конечно, лингвисты также имеют дело и с другими жанрами, такими как общение на так называемых серверах сообщества, социальных сетях (ср. Janovec, 2013; 2014), или общение по скайпу, т.е. синхронный разговор лицом к лицу на расстоянии, но эту сферу в предлагаемой нами статье мы не рассматриваем.

1 Электронные тексты как объект исследования

Предъявляемые в нашей статье электронные тексты, конечно, предметом лингвистических рефлексий стали недавно. Однако, в последние годы интерес к этим текстам довольно оживлённый. Лингвисты наблюдают различные аспекты электронных текстов в соответствии с их направленностью. Для стилистических работ, не реагирующих

на отдельные явления, но рассматривающих электронные тексты с более общей точки зрения, наиболее заметным аспектом SMS-сообщений, электронной почты, чатов, интернет-дискуссий и т. д., является сочетание черт, типичных для письменных текстов и черт типично разговорных. В этом контексте многие авторы говорят об устной письменности, письменной устной речи, письменной беседе, устной переписке или поверхностных и глубинно разговорных текстах (ср. Алтухова – Лебедева, 2012; Čmejrková, 1997, 1999; Krčmová, 2002; Hoffmannová, 2003; Jandová – David – Hoffmannová – Müllerová – Svobodová, 2006; Čmejrková, 2006; Vobořil, 2009; Čmejrková – Hoffmannová, 2011).

Профессиональный и непрофессиональный интерес вызывали электронные тексты в то время, когда электронное общение было всё ещё относительно новым, но быстро распространяющимся феноменом, особенно написание без диакритики и, в общем, с отклонениями от традиционной формы письменного языка: итерация графем (*Je to supreeeeeeer!; Tak to je boooooooooomba! Gratulujem!*), значительное количество опечаток, расположение пробелов в неподходящем месте и др. (ср. Čmejrková, 1999, 2003; Čmejrková – Hoffmannová, 2011; Hladká, 2005; Hladká – Šmilauer, 2006; Jandová, 2006a; Kolský, 2005/06; Severa, 2001).

Словарный запас, связанный с электронным общением, также является предметом лингвистической рефлексии. В основном это **англицизмы**. Они, с одной стороны, являются частью среды новых технологий, которые обеспечивают электронную связь (компьютеры, мобильные телефоны) и которые были разработаны в англоязычной среде, и, с другой стороны, они появляются непосредственно в электронных текстах (ср. Svobodová, 2006b; Černá, 2006; Čmejrková – Hoffmannová, 2011). Многие английские слова были адаптированы к словацкой системе, например *bilbord*, *biznis*, *biznismen*, *hardvér*, *imidž*, *imidžmejker*, *ememeska*, *esemeska*, *mailovať si / emailovať si*, *líder*, *lízing*, *mejkap*, *míting*, *spíker*. Другие, как правило, сохраняют свое первоначальное написание, например, *blog*, *bloger*, *franchising*, *mail*, *mailbanking*, *mainstream* и т. д., но обычно более или менее адаптируются к морфологической системе словацкого языка. Некоторые термины, которые первоначально были включены в компьютерный сленг, стали общим сленгом. Сюда входят не только уже упомянутые англицизмы, но также и некоторые словацкие выражения, которые в среде электронного общения приобрели новое значение, например, *zavináč*, *lama* (= неопытный пользователь).

При электронной коммуникации интерес любителей и лингвистов вызывают также характерные способы **сокращения**, мотивированные как стремлением ускорить контакт между писателем и адресатом, так и ограничить объём текста одного SMS-сообщения в мобильных телефонах. Как предупреждает Л. Гашова (2002) или Я. Гоффманнова (2013), использование сокращений может также указывать на игривость писателя или, если используемые сокращения понятны только автору и получателю, они также служат секретным кодом. Кроме аббревиатур, обычно раньше используемых в других сферах общения (*cm; dm; km; m; kg*), в электронных документах постепенно по другому закрепились образованные аббревиатуры словацких и английских слов, например, *pls* (*please, prosím*), *mnt* (*moment*), *thx* (*thanks, ďakujem*). Обычно также сокращаются названия словацких городов *BA* (*Bratislava*), *BB* (*Banská Bystrica*), *BJ* (*Bardejov*), *KE* (*Košice*), *NR* (*Nitra*), *PP* (*Poprad*), *RV* (*Rožňava*) и т. д. Для электронной коммуникации также характерны акронимы. Их часто заимствуют из английского языка, например *ATM* (*at the moment, momentálne*); *BBL* (*be back later, vrátim sa neskôr*); *BTW* (*by the way, mimochodom*); *JAM* (*just a minute, moment*). Некоторые акронимы являются игрой слов, основанной на английском спеллинге, например, *CU* (*see you, uvidíme sa*). Для сокращения также используются цифры или комбинация цифр и букв (так называемый альфанумерический код), например *B4* (*before, predtým, skôr*); *4 you* (*for you, pre teba*); *U2* (*you too, ty tiež*); *W84ME* (*wait for me, počkaj na mňa*).

Я. Гоффманнова (2006b) и другие авторы (Findra, 1997; Čapková, 2004; Svobodová, 2006a; Chovanec, 2010) также отмечают использование **вульгаризмов** в электронных текстах. Я. Соколова в работе «*Вербальный текст. Очерки о моно-, семи- и поликодовости*»

(2016) в связи с этим вопросом также отмечает, что «в интернет-текстах затем понятийно-интеллектуальные выразительные средства неравномерно перемешиваются с экспрессивно-эмоциональными средствами крайне негативной оценки (вульгаризмы, табуированная лексика)» (цит. согласно Findra, 1997, с. 12–13). С одной стороны, использование вульгаризмов и табуированной лексики связано с широко распространённым использованием вульгаризмов в общем, в сфере повседневного общения (особенно для некоторых говорящих), и, с другой стороны, также с тем фактом, что многие тексты направлены на выражение оценки и эмоций. Тем не менее, использование вульгаризмов, однако, в случае интернет-чатов и дискуссий как правило регулируется или прямо запрещается, чему авторы сопротивляются различными способами. Они часто реализуют так называемую графическую эвфемизацию, т. е. некоторую графему заменяют звёздочкой или другой графемой, например (*Život je niekedy s***a!*; *Kollár o vláde a koronavíruse: Nas***li ma!*). В российской среде известна группа так называемых падонков, которые отказываются подчиняться запрету ненормативной лексики (вульгаризмов) в электронных текстах. Поэтому они разработали свои собственные средства выражения экспрессивности. Так называемый падонский или падонковский жаргон также проник и в произведения, опубликованные на русском языке (см. статью М. Пужу, 2010).

С точки зрения **ономастики** электронные тексты рассматривает Я. Давид (2006). Он анализирует так называемые *nicky* (с англ. *nickname*), т. е. прозвища и имена, выбранные участниками интернет-дискуссий и чатов. Прозвище, с одной стороны, позволяет писателю скрывать свою идентичность (пол, возраст, профессию и т. д.), с другой стороны, писатели иногда намеренно обозначаются таким образом, чтобы дать некоторую информацию (не обязательно правдивую) о писателе. Я. Давид рассматривает прозвища как своеобразную онимическую систему.

Внимание любителей и специалистов привлекают элементы **невербального кода**, типичные для электронных текстов в сфере бытового общения (но время от времени используемые также в других сферах общения), так называемые **эмотиконы**, в неформальном общении несущие имя смайлики, смайлы, эмотиконки, эмоциконки и т. п. А. Галисова (2004) их называет идеограммами. О. Розенбаум (2001) характеризует эмотиконы как символы, с помощью которых писатель выражает свои чувства. Они характеризуются тем, что состоят только из символов серии ASCII, символов, обычно доступных на клавиатуре компьютера или мобильного телефона и могут быть вставлены в любой текст. Е. Яндова (2006b) отмечает, что эмотиконы заменяют писателям средства просодические, невербальные и паравербальные. Они также могут быть единственным содержанием SMS-сообщения или сообщения чата. Использование эмотиконов вне общения частного характера может быть отрицательным. Например, В. Штястный (2007, с. 96) считает нецелесообразным использование эмотиконов в текстах официально-делового стиля и отмечает, что «[...] от так называемых смайликов изящный воздержится». Различными аспектами эмотиконов также занимаются О. Розенбаум (2001), С. Шкодова (2002), Б. Нишева (2003), Е. Яндова (2006b) и А. Поливкова (2009).

В рамках электронных текстов лингвисты обращают внимание и на многоязычность. Наиболее распространённым является проникновение английского языка в словацкие письменные тексты (ср. *Nábělková, 2006; Lišková, 2008*). Авторы создают также компаративистские работы. Например, Л. Рыхновская (2010) сравнивает наличие территориально обусловленных явлений на материале чешских и хорватских дискуссионных форумов.

При анализе уровня текста электронных текстов внимание уделяется их тематическому строению, рамочным частям этих текстов, **интертекстуальности**, выражению эмоций, вежливости или иронии (ср. *Hoffmannová – Müllerová, 1999; Müllerová, 2001; Kašicková, 2005; Hoffmannová – Müllerová, 2006; Šmejrková – Hoffmannová, 2011*). Стиль этих текстов часто характеризуется как неформальный, спонтанный, связанный с ситуацией общения и

темой, которая связана с экраном компьютера или с дисплеем мобильного телефона. Стиль этих текстов также фрагментарный, диалогический с использованием разных языковых вариаций, эмоциональный, использующий просодические и неязыковые средства (ср. Šmejrková, 1997, 2003; Patráš, 2006; Jandová, 2005, 2006b; Hoffmannová, 2006a, 2010/2011).

2 Стиль электронных текстов

Во всех жанрах электронных текстов, которые обсуждаем в представленной нами статье, в большей или меньшей степени находит себе применение **референтная функция**, т. е. автор сообщает адресату некоторую фактическую информацию, например, информирует о запланированных или реализованных действиях. Многие электронные тексты выполняют **фатическую функцию**. Авторы её создают для установления, поддержания или восстановления контакта с адресатом. **Эмоциональная функция** языка применяется как в частной электронной переписке, так и частично в публичных чатах и интернет-дискуссиях. Авторы лично вовлечены в предмет, делятся своими чувствами и выражают субъективную оценку. Конативная функция языка используется в электронной переписке, когда писатель запрашивает что-то у адресата, пытается заставить его что-то сделать. В интернет-дискуссиях или в блогах данная функция может принимать форму убеждения. Авторы пытаются убедить адресатов во своих мнениях, часто с помощью эмоциональных средств. Наконец, даже и в электронных текстах авторы по-разному комментируют то, что написано. Таким образом, появляется **метаязыковая функция**: *prepac ze niektore casti su inym typom pisma, nemal som uz dostatok casu to opravovat.*

При создании электронных текстов автор и адресат находятся в опосредованном и в основном косвенном контакте. Участники общения стараются компенсировать недостатки косвенного контакта различными способами. Самые выдающиеся из них – эмодзи. Кроме изображений лиц (смайлики 😊 ☺) обычно используются другие символические изображения (сердечки ♥, солнышки ☀, четырёхлистники и т. п.). Также используются заглавные буквы как правило для обозначения акцента на слове или отрывке. Меняющейся интонации устных текстов могут в электронных текстах соответствовать увеличенные **знаки препинания**, например, в вопросе есть несколько вопросительных знаков (*Prečo nezatelefonoješ???? Dočkám sa ešte v tomto tisícročí????*), или в выражении желания, просьбы, угрозы несколько восклицательных знаков (*Nech mám od všetkých pokoj!!!!*). И наоборот, запятая часто опускается в сообщениях чата и некоторые авторы её совсем игнорируют. Часто используется многоточие (апозиопезис), например (*Koncert bol nad očakávanie ...*). Из-за ограничений по времени и пространству авторы СМС-сообщений иногда отказываются от пробелов между словами и вокруг знаков препинания (*Dufam,zednessauzcitislepsie.Vpondeloksaetretneme.Tesimsanastretnutie*). В других случаях авторы чередуют использование прописных и строчных букв в отдельных словах, обозначая границы слов, например (*AHOJKYMariankoAKOsaMAS?ZatialVSEokAjuMNAzatialvsetkoOKToMAtesiBUDUCityzdenPRICESTUJEMdomovMOZEMEpoporobitvZAHRADEdufajmeZebudeDOBREpocasie*). То, что мы сказали до сих пор, касается письменных электронных сообщений. Это не касается, например, диалога по скайпу, который хотя опосредован техническим оснащением, но всё-таки это разговор устный. Участники видят себя и могут использовать некоторые невербальные средства (например, жесты, мимику, позы, но, однако, ни в коем случае не проксемику или гаптику, они также не могут приблизиться или прикоснуться друг к другу). Этот тип диалога относится к сфере электронного общения. Он имеет некоторые общие черты с общением по телефону, которое считается прототипом опосредованного разговора. Однако это относительно прямой контакт, когда производство и приём реплик не разделены временным интервалом. Аналогично и общение в чате является опосредованным, но (по сравнению, например, с обменом электронной почтой) осуществляется в режиме онлайн, почти в режиме реального времени. Сразу после окончания своей реплики участник видит реакцию, появляющуюся на мониторе. Однако, в отличие от плавного ритма разговорной

речи, механизм поворота имеет здесь особую форму – отдельные параллельные диалоги могут перекрываться. Пока один участник записывает свою реплику партнёру, чей-либо ответ уже будет отображаться на мониторе. Сложившийся порядок реплик, таким образом, является довольно случайным. Когезионная взаимосвязь в последовательностях нарушена и должна постоянно восстанавливаться.

Обычно говорят, что электронное общение подразумевает диалогичность, соответственно, степень интерактивности находится где-то между общедоступными диалогами лицом к лицу (face-to-face) и классическими личными письмами, и в том, что у обоих этих способов ведения диалога нет недостатков, таких как ситуативное давление, связанное с разговором лицом к лицу (необходимость высказаться быстро, находчиво, без подготовки), а также чувство обязательности (и серьёзности), связанное с отправкой письма. Реплики неофициальных электронных диалогов являются по сравнению с письмами преходящими и участники их могут удалить. Электронные письма или SMS-сообщения хотя также пишем быстро, но, по сравнению с репликами лицом к лицу, всё-таки можем всякое передумать, перед отправлением что-либо отредактировать и т. п. Электронная связь также имеет свои недостатки. Хотя мы можем знать о чём угодно, в любое время и в любом месте, это предполагает, что мы на самом деле всегда доступны (по крайней мере, в случае SMS-сообщений) и это может быть раздражающим и ограничительным.

Так же, как участники повседневных устных диалогов перебивают друг друга, и электронные письма, SMS-сообщения или реакции отдельных участников в чате могут пересекаться. Более того, наши «биоритмы», которые контролируют участие в электронном общении, различны. Не у всех есть привычка отвечать сразу. Кто-то намеренно оставляет время, чтобы ответить, и более быстрый партнёр может нервничать (как при классической переписке, но с гораздо более длительными интервалами). Авторы имеют, по крайней мере, возможность использовать при отправке электронного письма функцию, чтобы увидеть, получил ли и открыл ли адресат их письмо.

В электронном общении полностью преобладают **диалог** и видимая интерактивность. Некоторые жанры, особенно чат, являются прототипом диалога. Но интерактивность также проявляется и в основных монологических жанрах, таких как блоги. Даже публикуя блог или статью в Интернете, автор показывает, что рассчитывает на ответы.

Частная электронная переписка является одним из текстов, подготовке и контролю которого не уделяется особого внимания. Электронные письма и текстовые сообщения часто пишутся в спешке. Авторы их часто отправляют, не читая их, не исправляя опечатки и т. д. В этом смысле это **неподготовленные** тексты, которые напоминают спонтанность повседневного устного общения. Это тем более верно для чата и, в меньшей степени, для интернет-дискуссий. Здесь также выступления пишутся мгновенно и без исправлений, но, с другой стороны, ошибки в выступлениях в дискуссии, особенно правописание, являются предметом критики со стороны других обсуждающих. Блоги, скорее, принадлежат к жанрам **подготовленным**.

Пользователям мобильных телефонов предоставляются шаблоны типа *Prepáč/te, že meškám*. Хотя они в первую очередь предназначены для делового общения, они также используются в повседневном общении. Конкретную форму подготовленности образуют готовые тексты SMS-сообщений, которые доступны пользователям на разных сайтах. Некоторые могут пародировать общение оператора с клиентом (*Doležite upozornenie: Pokial v najblizsom case budete vo vedlajsom byte pocut zvyseny hluk, nerobte paniku. To sa sused opat hada so svojou zenou. Vas operator*). Поздравления с праздниками, днями рождения и т. д. встречаются гораздо чаще, например *Nech láska a šťastie sprevádza Ťa svetom, nech Tvoj úsmev podobá sa kvetom, nech sa Ti splní každý sen, to k narodeninám Ti priat' chcem; Nech máš život ako sen, užívaj si každý deň. Od starostí žiadne vrásky, v každej chvíli veľa lásky*). Фактически, эти тексты представляют собой современную форму народного творчества. Они, точнее сказать, доказывают, каким образом Интернет служит для воспроизведения и распространения

определённых жанров и фиксированных формул – как всегда в сфере повседневного устного общения, особенно в диалогах, распространились анекдоты.

Готовность как коммуникационная компетенция связана с существованием правил и определённых **стереотипов** производства и восприятия, которые необходимо знать, чтобы общение осуществлялось согласно ожиданиям. То, как такие конвенции в сфере электронного общения создаются и принимаются, интересно иллюстрируется текстами Я. Гоффманновой (2000) и О. Мюлеровой (2001) о так называемых семейных электронных письмах. Это показывает, как старшее поколение в начале нескольких месяцев переписки по электронной почте придерживается всех требований рукописного личного письма. Однако, постепенно оно принимает принципы, которые применяет в своих текстах молодое поколение.

Электронная переписка, т. е. электронные письма и текстовые сообщения, являются **частными** по своему характеру, и их стиль соответствует этому. Это так несмотря на то, что при определённых обстоятельствах другие лица имеют к нему доступ: операторы сотовой связи или сервера, на котором зарегистрирован адрес электронной почты. Это отличается от чата, интернет-дискуссий или социальных сетей. Несмотря на возможность определённых ограничений и санкций, они доступны практически каждому пользователю Интернета. Речь идёт о **публичном** или, по крайней мере, **получастном** общении. Однако, характер публикуемой информации и взгляды на стиль чатов предполагают, что авторы воспринимают интернет-общение скорее всего как частное или, возможно, публичное, но без каких-либо рисков и ограничений, связанных с публичным общением. Люди на чатах приводят информацию о членах своей семьи или друзьях, открыто пишут о своих личных проблемах или проблемах со здоровьем, делают доступными фотографии себя и своих детей, показывают свои часто сильные, а иногда и откровенно ненавистные мнения о разных людях или группах людей и т. д. Точно так же люди, которые пишут блоги, публикуют свои комментарии на различные темы, а также личные впечатления, иногда сугубо частного характера, но с явной необходимостью общаться, прежде всего, с группой друзей, но потенциально с кем угодно. Хотя профиль участника в социальной сети может быть недоступен для свободного доступа, но поскольку у него сотни друзей, его сообщения по-прежнему имеют публичный характер. Границы между частным и публичным в этих жанрах электронного общения перестают быть ясными и становятся сомнительными.

Некоторые авторы, такие как участники интернет-дискуссий, иногда испытывают недостаток в конфиденциальности, больше не хотят делиться своими текстами со всеми потенциальными читателями и предлагают некоторым из участников обсуждения, что их общение будет происходить только в парах по электронной почте. Точно так же можно в чате менять уровень приватности или публичного общения с помощью так называемого режима шептания. Этот режим разрешает отправлять сообщения другому выбранному адресату, не позволяя другим, включая администратора, следить за связью. «Шепчущих» выступлений другие участники не видят. В режиме шептания природа диалога ещё ближе к частным диалогам лицом к лицу. Если шептание использует автор, чьи выступления (например, слишком конфиденциальные, вульгарные и т. д.) не представляют интереса для адресата, такому автору, как правило, возможно, например, используя администратора, технически несложным действием не допустить шептания.

3 Некоторые жанры электронного общения

В данном подразделе более подробно охарактеризуем некоторые избранные жанры электронной коммуникации, т.е. электронную почту, SMS-сообщения, чаты и блоги. Конечно, лингвисты также имеют дело с другими жанрами, например, интернет-дискуссиями и общением на так называемых серверах сообщества, т.е. социальных сетях (ср. Janovec, 2013, 2014), общением через скайп и др., что, безусловно, будет интересной сферой дальнейших исследований.

E-mail – электронная почта – это способ доставки, получения и отправки сообщений через электронные системы связи. Текст письма состоит с так называемого заголовка и тела. Заголовок состоит из стандартизированных данных, включая адрес электронной почты отправителя, который может быть представлен именем отправителя или прозвищем (milan.novak@gmail.com). Далее следуют тема сообщения и адрес электронной почты получателя. Там может быть один или несколько получателей + местное время и дата отправки сообщения. Предмет сообщения является параллелью к прежней категории *Vec*, распространённой в деловой и коммерческой корреспонденции, т. е., например, *Vec: Reklamácia*. Некоторые авторы очень креативны в тех электронных письмах, которые попадают в рамки повседневного общения. Темой письма может быть только эмодзи, который должен представить само содержание письма. Но появляются также самые разные экспрессивные выражения (*Fuj; Hanba*) и приветствия (*Zdravím z Tuniska*). Тема может включать в себя призыв ответить (*Prečo neprídeš???*), стремление заинтересовать (*Príd' sa pozrieť, čo som kúpil!!!*), готовность к диалогу (*Počúvam Ťa*) и т. п. Тема сообщения также может быть оставлена пустой. Остальные три части заголовка автоматически «заполняются» компьютером. Таким образом, в заголовке электронного письма смешиваются стандартные части и части оригинально образованные автором. Как правило, из заголовка каждого письма ясно, кто кому пишет. Тем не менее, есть также возможность отправить электронный текст анонимно. Например, отправка электронных открыток не требует адреса отправителя.

Гораздо более изменчивая часть электронного письма – это так называемое тело, т. е. сам текст. При написании текста автор не ограничен пространством. Текст сообщения электронного письма может быть произвольно длинным, поэтому он может также соответствовать длине многостраничного письма. Таковы, например, электронные письма, в которых автор рассказывает о своих путешествиях. Тем не менее, есть также очень короткие электронные письма, содержащие только короткую ссылку или просто эмодзи или ряд вопросительных знаков и т. п. Иногда заголовок длиннее, чем сам текст. Некоторые электронные письма ничем не отличаются от личного рукописного письма, т. е. содержат его обычные части, включая, например, заключительный постскрипtum (P.S.). Другие электронные письма, наоборот, очень близки к прочим жанрам электронного общения, своей краткостью и использованием множества эмодзи или сообщениям в чате. Больше чем классическое рукописное письмо напоминают реплики личного диалога.

Короткое текстовое сообщение (эсемека, эсэмэс-сообщение, SMS-сообщение, SMS-ка) обычно представляет собой более короткий текст, отправленный с помощью мобильного телефона. Одно сообщение может содержать ограниченный объём символов, включая пробелы. Ограничение объёма текстового сообщения и необходимость как можно быстрее передать сообщение адресату приводит автора к различным сокращениям, иногда и за счёт ясности (*Dk za vtko. Zavm ak pdem dmv = Ďakujem za všetko. Zavolám, ak prídem domov*). В общении между двумя людьми способы сокращения могут быть поняты только ими, например, (*KE OK = Do Košíc som pricestoval v poriadku; O CH = очень хорошо*).

По своей краткости SMS-сообщения часто напоминают реплики устного разговора. Некоторые сообщения в основном являются ссылками и адресат отвечает либо очень кратко, либо вообще не отвечает (*A: Prosím, počkajte na mňa, budem trochu meškať. B: Je to v pohode, počkáme na teba*). Например, для назначения встречи используются другие типы сообщений, которые больше похожи на реплики устного разговора о времени и месте встречи (*M: Kedy a kde si dáme zajtra stretko? Teším sa na teba! E: Aj ja. M: Perfíš, napíš, kedy Ti to vyhovuje. Ja sa prispôsobím. E: O šiestej večer na zastávke MHD pred Mlynni?*). В определённых ситуациях, особенно если нет других каналов связи, сообщения, как правило, длиннее, потому что они заменяют электронную почту. Есть также сообщения, функция которых чисто эмоциональная и контактная, в крайних случаях они могут содержать только эмодзи/ы.

Чат – это разговор между двумя или более людьми, опосредованный коммуникационной сетью, чаще всего Интернетом. Такой разговор ведётся в режиме

реального времени. Поэтому чат очень похож на личный разговор. Коммуникационные партнёры перед началом общения в чате регистрируются в так называемых чат-комнатах, выбирают псевдоним, под которым они будут действовать. Например, автор MlynarikKapustovy пишет адресату с псевдонимом Rys.ostrovid: 22:26:57 Mlynarik Kapustovy: Rys.ostrovid: *Supeeeeeeeeeeeeeeer*.

Чат-комнаты могут быть тематически ориентированы, но и в этих комнатах могут участники диалога вести разговор по другим, повседневным темам. В то же время несколько десятков участников могут «поболтать» в одной комнате. Количество как раз «присутствующих» меняется в разное время дня. Не только тексты участников, но и автоматически генерируемые отчёты о перемещении людей в комнате появляются на экране у всех, т. е. информация о том, кто только что вошёл в комнату, вышел из неё, долгое время не вступал в разговор, поэтому его выбросили из комнаты и т. д. Чат имеет резко диалогичный характер. Коммуникационные партнёры отвечают друг другу, но может случиться, например, что у кого-то вопрос, призыв к диалогу и т. д. останется без ответа. На первый взгляд следующая запись процесса чата может показаться хаотичной, без чёткого начала и конца. Однако, при его детальном рассмотрении можно проследить ход частичных диалогов, в которых участвует большое количество участников. Если некоторые авторы не хотят, чтобы их тексты читали все, кто в тот момент подключён в комнате, они могут перейти в так называемый режим шёпота т. е. общаться только парами (или тройками и т. д.), чтобы никто за их общением не наблюдал, включая ведущего. Наоборот, в публичной части чата лицо ведущего может быть очень заметным (ср. Jandová – David – Hoffmannová – Müllerová – Svobodová, 2006).

Согласно Ю. Ванько (2006, с. 49) «тексты блогов обычно имеют сильный интертекстуальный фон, т. е. они основаны на других текстах, опубликованных в Интернете или в других средствах массовой информации». Автор дальше добавляет, что «наряду с ними также имеются «оригинальные» непоследовательные тексты, основанные на собственном опыте или знаниях автора; мы также можем в блогах найти, например, и тексты о компьютерах, мобильных телефонах, программировании, веб-дизайне и т. д.» По словам Ю. Ванька, особенностью текстов блогов является «их открытость для общения с другими текстами, то есть возможность обратной связи с адресатами. Хотя личные веб-страницы обычно не позволяют писать ответы под статьями, на веб-блогах это правило: автор блога открывает свой текст реакциям читателей, то есть дальнейшему общению» (там же, с. 49). Блоги можно условно разделить на личные и профессиональные. Мы будем иметь дело только с личными блогами. Личный блог – это, как правило, веб-блокнот одного автора, который публикует тексты, часто также фотографии и другие материалы с использованием веб-приложений различной частоты. Блог может быть написан в форме дневника. Его автор передаёт – иногда очень эмоционально – читателям свой ежедневный опыт, публично сообщает о своих чувствах или пишет о своих интересах и увлечениях. (Отдельные блоги очень часто содержат все эти темы, только авторы придают им различную важность). Блоги, которые служат для саморепрезентации автора, меняют наше понимание дистрикции *частное – публичное*. В блогах, которые в основном посвящены интересам и увлечениям автора, часто существует нечёткая граница между дневником и веб-страницей интернет-магазина или рекламой (некоторые блоги рекламу содержат). То же самое относится и к популярным блогам о путешествиях. В некоторых из них авторы описывают свой опыт для нескольких друзей или бескорыстно советуют заинтересованным, другие, скорее всего, пишут сотрудникам турфирм для привлечения новых клиентов.

Как упомянуто выше, кроме устных текстов, блоги обычно также содержат фотографии, ссылки на видео (например, музыкальные клипы) и на другие веб-страницы, т. е. они являются мультимодальными. Это означает, что те, кому не хватает слова и фотографий, или которые считают блог менее интерактивным, могут получить видеоблог. Следующей отличительной чертой блогов является их **интертекстуальность**. Некоторые

блогеры приводят цитаты из любимых книг, заимствуют тексты и визуальные материалы с других веб-страниц и блогов (например, цитаты, мультипликационные анекдоты и т. д.). Соотношение между текстом и изображением может отличаться в разных блогах. В некоторых текстовый компонент значительно короче других компонентов. Блог может по большей части состоять, например, из фотографий, дополненных кратким комментарием.

Тексты в блогах носят монологический характер, но, однако, их внутренняя диалогичность может иметь различную интенсивность. Составной частью блогов бывает также дискуссия, т. е. опубликованный текст блога может стать исходным текстом для обсуждения, как и в случае интернет-дискуссий. Те же авторы обычно прикрепляют свои доклады к конкретным блогам. У многих людей есть свои любимые блогеры, чьи тексты они регулярно читают. Авторы блогов часто участвуют в обсуждениях, отвечают на вопросы своих читателей, заботятся об их мнениях, благодарят их за их поддержку, объясняют или дополняют информацию, которую, например, читатели исходного текста хорошо не поняли. Иногда реакции читателей побуждают блогеров писать новый текст.

Выводы

В электронных текстах границы между частными и общественными отношениями, а также границы между сферой повседневного общения и другими сферами коммуникации, в частности экономической и институциональной сферами, вероятно, будут и дальше трансформироваться и стираться. Что касается электронных текстов, часть электронной коммуникации (электронная почта) изначально была предназначена именно для них и до сих пор широко в них используется. Взаимодействие экономической и институциональной сфер является двусторонним: средства повседневного общения проникают из частного электронного общения в институциональное, деловое общение (например, некоторые из наиболее распространённых эмодзи в извинениях учителям) и т. д. С другой стороны, средства, которые изначально использовались только в институциональном и деловом общении, проникают в сферу повседневного общения (это относится к таким пожеланиям как *S prianím pekného zvyšku dňa* и т. п.). Кроме того, электронная коммуникация, даже частная, коммерциализируется. Некоторые виды коммерческой деятельности, такие как прямые продажи или биржи (см. серверы Aukro, Vazoř и др.), или бывшая торговля вразнос, связанная, например, с фирмой Avon или Herbalife, была перенесена в Интернет. Люди, которые вступают в деловые контакты через Интернет или мобильный телефон, оформляют карту лояльности определённого бренда и т. д. а затем получают деловую и рекламную корреспонденцию на свой личный адрес электронной почты или номер мобильного телефона. Даже в этом случае наблюдается некоторое совпадение языковых средств разных сфер.

Однако, проводится, прежде всего, различие между тем, как отдельные пользователи получают доступ к производству и приёму электронных текстов. С большим упрощением мы можем говорить о двух типах. Одни пользователи используют Интернет и электронную связь только в качестве средства. Электронные тексты создают и принимают в принципе так же, как печатные или рукописные тексты. Примером могут послужить люди, чьи электронные письма в основном ничем не отличаются от личных писем, письменных ссылок или коротких телефонных звонков. Другие используют все технические возможности: скорость передачи не только письменного слова, но и звука и изображения, возможность общения с несколькими людьми одновременно. Таким образом, они создают сообщества людей, которые, помимо определённого интереса, связывают свои отношения с электронными СМИ. В то время как первые общаются скорее по SMS-сообщениям и электронной почте, и если им необходимо высказать свое мнение в Интернете, они участвуют в интернет-дискуссиях, вторые предпочитают общаться по так называемым социальным сетям, т.е. чаще всего на фейсбуке или твиттере. Это общение способно удовлетворить различные коммуникационные и социальные потребности (информирование, обмен опытом, чувствами, поиск новых

контактов и т. д.). Исследование этого общения у нас, однако, ещё пока только начинается (см. Janovec 2013, 2014; Sherman – Švelch, 2014).

Литература:

- АЛТУХОВА, Т. В. – ЛЕБЕДЕВА, Н. Б. (2012): Виртуальное общение: новый этап развития письменной коммуникации. In: *Вестник Кемеровского государственного университета*. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 49/1, с. 105–111.
- ČAPKOVÁ, H. (2004): Pokes a ego. Sociolingvistický přístup k problematice chatování. In: *Čeština doma a ve světě*, 12/1–2, s. 38–40.
- ČERNÁ, M. (2006): Některé komunikační a mluvnické aspekty počítačového slangu. In: P. Pořízka – V. P. Polách (eds.): *Tzv. základní výzkum v lingvistice – desideratum, nebo realis?*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, s. 46–52.
- ČMEJRKOVÁ, S. (1997): Čeština v síti: Pisanost či mluvenost? (O stylu e-mailového dialogu). In: *Naše řeč*, 80/5, s. 225–247.
- ČMEJRKOVÁ, S. (1999): Czech in the network: Written or spoken interaction? In: B. Naumann (ed.): *Dialogue Analysis and the Mass Media*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, s. 113–126.
- ČMEJRKOVÁ, S. (2003): Jazyk a styl elektronické komunikace: čeština a počítačština. In: M. Tichý (ed.), *Sborník prací Filozoficko-přírodovědecké fakulty Slezské univerzity v Opavě. Řada jazykovědná. Prof. Milanovi Jelínkovi k 80. narozeninám*. 3. Opava: Slezská univerzita, s. 48–56.
- ČMEJRKOVÁ, S. (2006): E-čeština. In: *Čeština doma a ve světě*, 14/1–4, s. 4–15.
- ČMEJRKOVÁ, S. – HOFFMANNOVÁ, J., eds. (2001): *Mluvená čeština. Hledání funkčního rozpětí*. Praha: Academia.
- DAVID, J. (2006): Nicky v komunikaci na WWW chatu. In: E. Jandová – J. David – J. Hoffmannová – O. Müllerová – D. Svobodová: *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita, s. 43–81.
- FINDRA, J. (1997): Štylistika internetových textov. In: *Slovenská reč*, 62/5, s. 1–14.
- ФОРМАНОВСКАЯ, Н. И. (2007): *Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика*. Москва: Икар.
- GÁLISOVÁ, A. (2004): Internetové ideogramy v komunikácii. In: P. Pořízka – V. P. Polách (eds.): *Vztah langue a parole v perspektivě „interaktivního obratu“ v lingvistickém zkoumání*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, s. 215–218.
- ГОЛЕВ, Н. Д. (2012): Письменная коммуникация новейшего времени: основные векторы развития. In: *Вестник Томского государственного университета*, 18/2, с. 105–111.
- HAŠOVÁ, L. (2002): Lásky jedné esemesky. In: *Naše řeč*, 85/4, s. 207–212.
- HLADKÁ, Z. (2005): Kompoziční stereotypy a dopisové formule v současné korespondenci mládeže. In: S. Čmejrková – I. Svobodová (eds.): *Oratio et ratio. Sborník k životnímu jubileu Jiřího Krause*. Praha: Ústav pro jazyk český AVČR, s. 131–141.
- HLADKÁ, Z. – ŠMILAUER, I. (2006): K specifickým rysům elektronické korespondence. In: T. Hoskovec – O. Šefčík – R. Sova (eds.): *Teorie a empirie. Bichla pro Krčmovó*. Brno: Masarykova univerzita, s. 151–162.
- HOFFMANNOVÁ, J. (2000): Rodinné mailování. In: J. Dolník – J. Štefánik (eds.), *Princípy jazyka a textu*. Bratislava: Univerzita Komenského, s. 154–162.
- HOFFMANNOVÁ, J. (2003): Čeština v současné soukromé korespondenci (dopisy, e-mail, esemesky). In: J. Hasil (ed.): *Přednášky z XLVI. běhu Letní školy slovanských studií*. Praha: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy, s. 57–70.
- HOFFMANNOVÁ, J. (2006a): Intertextualita v současné elektronické komunikaci. In: T. Hoskovec – O. Šefčík – R. Sova (eds.): *Teorie a empirie. Bichla pro Krčmovó*. Brno: Masarykova univerzita, s. 163–174.
- HOFFMANNOVÁ, J. (2006b): Ironický rozměr stylu internetové komunikace (se zaměřením na internetovou signalizaci ironie). In: *Čeština doma a ve světě*, 14/1–4, s. 35–41.
- HOFFMANNOVÁ, J. (2010/2011): Různé podoby současné komunikace: mezi mluveností a psaností (1. a 2. část). In: *Český jazyk a literatura*, 61/2, s. 62–70; 61/4, s. 176–184.
- HOFFMANNOVÁ, J. (2013): Výrazová ekonomie a procesy redukce v internetové češtině. In: H. Kusse – H. Kosourová (eds.): *Tschechisch in den Medien*. München – Berlin – Washington, D. C.: Verlag Otto Sagner, s. 11–19.
- HOFFMANNOVÁ, J. a kol. (2016): *Stylistika mluvené a psané češtiny*. Praha: Academia.

- HOFFMANNOVÁ, J. – MÜLLEROVÁ, O. (1999): Ein Privatbrief auf E-mail: immer noch ein Brief oder eher eine Plauderei? In: B. Naumann (ed.): *Dialogue Analysis and the Mass Media*. Tübingen: Niemeyer, s. 55–63.
- HOFFMANNOVÁ, J. – MÜLLEROVÁ, O. (2006): Některé situační, strategické a textové typologické charakteristiky komunikace na WWW chatu. In: E. Jandová – J. David – J. Hoffmannová – O. Müllerová – D. Svobodová: *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita, s. 159–172.
- CHOVANEC, J. (2010): Chatová diskuze jako součást internetové sportovní publicistiky. In: V. Kováčová (ed.): *Varia XVII*. Ružomberok: Katolícka univerzita, s. 172–182.
- JANDOVÁ, E. (2005): Dva typy komunikace na Internetu a jejich stylový charakter. In: P. Odaloš (ed.), *Západoslovanské jazyky v 21. století*. 1. Banská Bystrica: Pedagogická fakulta Univerzity Mateja Bela, s. 59–68.
- JANDOVÁ, E. (2006a): Některé jazykové rysy WWW chatu. In: E. Jandová – J. David – J. Hoffmannová – O. Müllerová – D. Svobodová: *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita, s. 85–100.
- JANDOVÁ, E. (2006b): Komunikace na WWW chatu. In: E. Jandová – J. David – J. Hoffmannová – O. Müllerová – D. Svobodová: *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita, s. 22–40.
- JANDOVÁ, E. – DAVID, J. – HOFFMANNOVÁ, J. – MÜLLEROVÁ, O. – SVOBODOVÁ, D. (2006): *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita.
- JANOVEC, L. (2013): Rysy obecné češtiny v komunikaci na Facebooku. In: M. Mladenova – R. Železarova (eds.): *Slavjanskijte jezici otblizo*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo „Sv. Kliment Ochridski“, s. 380–391.
- JANOVEC, L. (2014): Iniciační repliky v komunikaci na Facebooku. In: K. Dudová (ed.): *Varia XXII*. Nitra: Katedra slovenského jazyka FF UKF v Nitre – Slovenská jazykovedná spoločnosť pri JÚLŠ SAV, s. 153–161.
- KAŠICKOVÁ, Š. (2005): Conversation analysis of openings and closings in Internet Relay Chat. In: R. Povolná – O. Dontcheva-Navratilova (eds.): *Discourse and Interaction I*. Brno: Masarykova univerzita, s. 61–71.
- KOLSKÝ, T. (2005–2006): Porovnání četnosti psaní slov na českém internetu s diakritikou a bez diakritiky. In: *Češtinář*, 16/1–5, s. 116–120.
- KRČMOVÁ, M. (2002): Nová média – nové styly? In: *Stylistyka*, 11, s. 349–359.
- КУЗНЕЦОВ, А. В. (2011): Письменная разговорная речь в онлайн-коммуникации. In: *Молодой учёный*, 26/3, Т. 2, с. 24–26.
- LIŠKOVÁ, M. (2008): Jak si povídají matky v internetové kavárně. In: *Jazykovědné aktuality*, 45/1–2, s. 33–38.
- МАКАРОВ, М. Л. (2005): Жанры в электронной коммуникации: Quo vadis? In: В. В. Дементьев, (ed.): *Жанры речи. Вып. 4: Жанр и концепт*. Саратов: Колледж, с. 336–352.
- MÜLLEROVÁ, O. (2001): E-mailová korespondence z hlediska generačních rozdílů. In: M. Balowski – J. Svoboda (eds.): *Język i literatura czeska u schyłku XX wieku / Český jazyk a literatura na sklonku XX. století*. Wałbrzych: Państwowa wyższa szkoła zawodowa, Ostrava: Ostravská univerzita, s. 205–213.
- NÁBĚLKOVÁ, M. (2006): Slovenčina v súčasnom českom prostredí. Sonda do internetovej komunikácie. In: *Studia Academica Slovaca*. 35. Bratislava: Stimul, s. 451–464.
- NIŠEVA, B. (2003): K jednomu zvláštnímu typu internacionalizmů – tzv. emotikony a akronymy. In: Z. Tichá – A. Rangelova (eds.): *Internacionalizmy v nové slovní zásobě*. Praha: Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, s. 220–228.
- PATRÁŠ, V. (2006): E-ziny: hra, či e-štyl? In: A. Jaklová (ed.): *Komunikace – styl – text*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Filozofická fakulta, Ústav bohemistiky, s. 41–48.
- POLÍVKOVÁ, A. (2009): *Jak být in v písemném projevu. Se vzorovými ukázkami*. Praha: Euromedia group.
- PŮŽA, M. (2010): Výrazné sociolingvistické jevy v internetovém prostředí slovanského areálu. In: I. Pospíšil (ed.): *Areálová slavistika a dnešní svět. Monografie z filologicko-areálových studií*. Brno: Tribun EU, s. 261–264.
- ROSENBAUM, O. (2001): *Anglicko/český slovník Internetu: chat-slang*. 3., podstatně přeprac. a dopl. vyd. Přeloil: R. Marhold. Praha: Ivo Železný.
- RYCHNOVSKÁ, L. (2010): ... voni furt hrozně brblaj tihle tataři... Ke srovnání teritoriálně příznakových prvků v chorvatských a českých internetových diskusních fórech. In: J. Villnow Komárková (ed.): *À la croate*. Brno: Tribun EU, s. 117–124.
- SHERMAN, T. – ŠVELCH, J. (2014): „Grammar Nazis never sleep“: Facebook humor and the management of standard written language. In: *Language policy*. 14/4, s. 315–334. [Cit. 2020-25-03.]

Dostupné na internete: <<https://doi.org/10.1007/s10993-014-9344-9>>

- SEVERA, V. (2001): K jazyku krátkých textových zpráv. In: P. Kuldanová – I. Gejgušová (eds.): *Čeština – jazyk slovanský*. 1. Ostrava: Pedagogická fakulta Ostravské univerzity, s. 142–145.
- SOKOLOVÁ, J. (2016): *Verbal'nyj text. Očerki o mono-, semi- i polikodovosti*. Saarbrücken: Palmarium Academic Publishing.
- SOKOLOVÁ, J. (2019): Egocentriká – výrazy so sémanticko-pragmatickou orientáciou na hovoriaceho. In: *Slovenská reč*, 84/1, s. 10–25.
- SOKOLOVÁ, J. (2018): Sémantika a pragmatika konštrukcií egoprezentácie. In: *Slovenská reč*, 83/3, s. 261–276.
- SOKOLOVÁ, J. (2019): Konštrukcie kolektívnej identity hovoriaceho. In: *Slovenská reč*, 84/3, s. 239–257.
- SVOBODOVÁ, D. (2006a): Slovní zásoba na WWW chatu. In: E. Jandová – J. David – J. Hoffmannová – O. Müllerová – D. Svobodová: *Čeština na WWW chatu*. Ostrava: Ostravská univerzita, s. 101–157.
- SVOBODOVÁ, D. (2006b): Hodnocení spisovnosti lexikálních prvků užívaných v komunikaci na chatu. In: M. Balowski – J. Svoboda (eds.): *Język i literatura czeska w interakcji/Český jazyk a literatura v interakci*. Racibórz: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, s. 159–167.
- ŠKODOVÁ, S. (2002): Kdo smajluje naposled, ten smajluje nejlíp! In: E. Koudelková – M. Marková (eds.): *Sborník 2002. Sborník k významnému životnému jubileu doc. PhDr. Milana Žemličky*. Liberec: Technická univerzita, s. 95–101.
- ŠTĀSTNÝ, V. (2007): *Korespondence a její úprava podle nových norem*. Praha: ASPI.
- VAŇKO, J. – KRÁĽ, Á. – KRALČÁK, Ľ. (2006): *Jazyk a štýl súčasnej slovenskej publicistiky*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, Filozofická fakulta.
- VOBOŘIL, L. (2009): K syntaktickým rysům „netspeaku“. In: J. Gazda (ed.): *Příspěvky k aktuálním otázkám jazykovědné rusistiky*. 3. Brno: Tribun EU, s. 79–84.

Источники:

- Slovník súčasného slovenského jazyka A – G* (2006). K. Buzássyová – A. Jarošová (eds.). Bratislava: VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied.
- Slovník súčasného slovenského jazyka H – L* (2011). A. Jarošová – K. Buzássyová (eds.). Bratislava: VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied.
- Slovník súčasného slovenského jazyka M – N* (2015). A. Jarošová (ed.). Bratislava: VEDA, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied.

Summary

Electronic texts in the reflection of everyday written communication (on the material of the Slovak language)

The article deals with the issue of electronic texts in the context of everyday written communication as well as the modern usage of these texts in the communication process. In the introduction the general view on electronic texts with enumeration of their types are presented. In the first part, the attention is focused on the traditional approach to electronic texts confirming the author's position by illustrative examples. In the next part, there discussed the problem of style in the electronic texts. In the third part, there are presented some descriptions of electronic texts genres, such as an e-mail, SMS text message, chat and blog exemplified. In conclusion there is a summary of investigated problems and some drift of events to the future.

Štúdia vznikla v rámci riešenia grantového projektu VEGA 1/0067/19 Jazykové reflexie sociálnej egoprezentácie a adresácie.