

**КОМЕНТАР ДО СТАТТІ В МЕРЕЖЕВОМУ ВИДАННІ
ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ МОВЛЕННЄВИЙ ЖАНР
(за матеріалами сучасного українського жіночого
інтернет-глянцю „Коліжанка”)**

doi: 10.12958/2227-2631-2019-1-40-85-97

Світлана Мельник,

*кандидат філологічних наук, доцент кафедри
інформаційної діяльності та медіа-комунікацій
Одеського національного політехнічного університету
<https://orcid.org/0000-0001-7107-9308>*

Вікторія Сікорська,

*кандидат філологічних наук, доцент кафедри
інформаційної діяльності та медіа-комунікацій
Одеського національного політехнічного університету
<https://orcid.org/0000-0001-7278-8464>*

Статтю присвячено дослідженню інтернет-коментаря як специфічного явища віртуальної комунікації. Новизна цього явища, його недостатня вивченість спричинили неабиякий інтерес вітчизняних і зарубіжних лінгвістів до означеного феномену. Однак відомі праці мають фрагментарний характер і не пропонують комплексного уявлення про коментар як про специфічний жанр сучасного інтернет-дискурсу.

Розвиток сучасних технологій позначився на всіх сферах людської діяльності, зокрема й на мові і способах комунікації. Стрімкий розвиток і доступність віртуальної мережі серед населення всього світу спричинили видозміну вже відомих і формування нових видів комунікації. Коментар, як і деякі інші письмові форми висловлення думки, зазнав певних змін.

Матеріалом розвідки слугували тексти інтернет-коментарів до статей (статті вибрані методом випадкової вибірки), опубліковані на офіційному сайті мережевого жіночого глянцю „Коліжанка”. Тексти читачьких коментарів мають досить складну семантику: у кожному з них закладено самостійний сенс, але, водночас, вони є невід’ємним складником текстового масиву, що доповнює і роз’яснює його ідеї.

Ключова мета інтернет-коментаря – спрямувати увагу адресатів на нові актуальні факти, що стають вагомими для життя індивіда/спільноти, їх миттєве оцінювання, надання й обговорення інформації, висловлення особистого ставлення, отримання інформації у відповідь. Інтернет-коментарі в сучасному жіночому мережевому глянці є способом ведення пізнавального діалогу, що уможлиблює реалізацію комунікантами інформативних, оцінних, етичних/перформативних та імперативних інтенцій за допомогою різних лексичних та граматичних засобів. Головною особливістю інтернет-коментаря інтернет-глянцю є

переважання інформативних мовленнєвих жанрів, хоча жінкам менше, ніж чоловікам, властиво введення додаткової інформації.

Ключові слова: інтернет-глянець, інтернет-простір, коментар, мовленнєвий жанр, типологія.

The article deals with the study of texts of Internet communication in the aspect of their genre affiliation. In Internet communication, the language genres are constantly evolving, new genre types arise in accordance with the present-day communicative needs and caused by the need for the interest of potential recipients. This complicates the definition of speech genres and identifies the relevant genre features in each text of online commentary.

The purpose of the article is to investigate the Internet commentary as a specific phenomenon of virtual communication, to define its key speech genres. The objectives of the study are the following: to define the concept of Internet comment; outline the main views of linguists regarding the classification of speech genres; qualify and generalize the language genres of the Internet commentary into a complex typology.

The article defines the concept of the speech genre, outlines the main views on the nature and typology of genres in internet discourse. The linguistic genre is defined as a verbal representative of the typical situation of communication within the social interaction of language carriers. The genre varieties of online commentary texts are singled out on the basis of a functional criterion and a complex typology of genres of internet discourse is proposed. The informative, evaluative, ethical / performance and imperative speech genres of online commentary texts are divided.

Key words: Internet space, commentary, online magazine, speech genre, typology.

Вступ. Поява й стрімкий розвиток інтернет-технологій спричинили посилений інтерес науковців до нових неканонічних (Селютин, 2009, с. 13), діджитальних (Щипицина, 2006, с. 377) жанрів: статусів у соціальних мережах, чатів, веб-блогів, живих журналів, веб-щоденників та інтернет-коментарів, тобто тих малих жанрових форм, що виникли у віртуальному просторі в межах інтернетного дискурсу і не можуть існувати й розвиватися поза ним.

Особливою популярністю в мережі нині користується така нова форма дискурсивної практики, як коментування статей в інтернет-виданнях (здебільшого жіночих глянцях), тому саме вона стала предметом нашої наукової уваги.

Крім того, актуальність нашого дослідження зумовлено недостатнім рівнем вивченості жанрового статусу коментарів до статей, уміщених на сторінках сучасних українських мережеских глянців, які за своєю комунікативною спрямованістю різняться від коментарів інших видань, соціальних мереж, блогів тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідники розглядають інтернет-коментар з погляду його структури, лінгвістичного призначення, взаємодії з вихідним текстом та іншими висловлюваннями. Серед вітчизняних лінгвістів, які вивчали інтернет-коментар, відзначимо роботи І. Тирон, О. Оверчука, Т. Івахненко, Т. Бондаренко та ін., присвячені різноаспектному вивченню веб-коментаря як нового жанру сучасного медійного дискурсу. Так, І. Тирон узагальнює критерії, за якими можливо виділити коментар: синхронність або асинхронність коментування, невеликий обсяг висловлювання, порушення граматичних і пунктуаційних правил, використання скорочень, можливість висловлюватися і з приводу коментованої інформації, і для взаємодії з іншими учасниками коментування, публічність, анонімність (Тирон, 2011).

Норми побудови коментаря, що припускають невеликий обсяг, відповідність темі, певне оформлення повідомлення, а також специфіка взаємодії коментаря й тексту стали предметом наукового інтересу Т. Бондаренко. Авторка зазначає, що інтернет-коментар має високу жанрову сполучуваність (взаємодіє з жанрами блогу, новинного сайту, форуму), але при цьому завжди відіграє другорядну роль, позаяк безпосередньо залежить від первинного тексту (Бондаренко, 2012).

Інтернет-коментар активно досліджують і в зарубіжній лінгвістиці. Так, У. Баоянь розглядає специфіку коментування інтернет-щоденників; С. Карпоян аналізує епістемічні мовленнєві акти в інтернет-коментарях; Л. Степанова вивчає коментар як специфічне явище сучасного інформаційно-комунікативного простору; В. Кузьміна опрацьовує проблему колективної мовної особистості автора інтернет-коментаря; М. Поттхаст, В. Уї, Г. Мішне зосереджують увагу на функційному потенціалі інтернет-коментаря; П. Шлобинський, Т. Сівер, Е. Лінц, Б. Нейнердт, М. Якобс досліджують інтернет-коментування соціальних мереж, веб-блогів тощо. Пропри це лінгвістичний статус інтернет-коментаря досі не визначений у сучасному медіа-дискурсі. Лише деякі лінгвісти (О. Алексєєв, С. Капроян, М. Глазкова) уналежнюють його до самостійного інтернет-жанру: „...веб-коментар варто аналізувати як субжанр окремого гіпержанру (блогу, форуму)” (Алексєєв, 2003). Інші науковці, зокрема Н. Рогачева, М. Сидорова, не вважають інтернет-коментар окремим жанром мережевої комунікації, а кваліфікують як жанрову ознаку опосередкованої комп'ютерного інтернет-спілкування.

Недостатній рівень вивченості жанрового статусу мережевих коментарів та їхніх головних характеристик зумовив наше зацікавлення проблемою.

Мета статті – дослідити інтернет-коментар як специфічне явище віртуальної комунікації, з'ясувати його ключові мовленнєві жанри. Завдання – визначити поняття інтернет-коментаря; окреслити основні погляди лінгвістів щодо класифікування мовленнєвих жанрів;

кваліфікувати й узагальнити мовленнєві жанри інтернет-коментаря в комплексну типологію.

Методологія дослідження ґрунтується на комунікативно-дискурсивному підході до аналізу текстів, що зумовило використання таких методів, як дискурсивний, лінгвостилістичний та лінгвопрагматичний аналіз.

Матеріалом дослідження слугували тексти інтернет-коментарів до статей (статті вибрані методом випадкової вибірки), опубліковані на офіційному сайті мережевого жіночого глянцю „Коліжанка” (<https://kolizhanka.com.ua>) та присвячені темі „здоров’я”. Усього було розглянуто 23 статті за 2018 – 2019 рр. Відвідувачки сайту залишили 616 коментарів, у середньому по 26 коментарів до кожної статті (від 8 до 100 коментарів до однієї статті).

Виклад основного змісту. Коментар – явище інтернет-простору, що з’явилося відносно недавно в соціальних мережах і за нетривалий час набуло популярності на всіх мультисервісних публічних порталах, у новинних онлайн-сервісах, в інтернет-виданнях тощо. Його оформлення як жанру розпочалося тільки у зв’язку з поширенням і застосуванням Всесвітньої павутини. Маємо на увазі так зване друге покоління Інтернету або Web 2.0, тобто нове медійне середовище, яке функціонує не як міжнародна інформаційна інфраструктура, а як простір, ключовою функцією якого є комунікативна взаємодія (Ширина, 2012, с. 85).

У сучасному мовознавстві допоки не існує усталеного тлумачення поняття „інтернет-коментар” (веб-коментар за термінологією Є. Горошко (Горошко, 2009, с. 11)). Більшість дослідників визначають мережевий коментар як короткі текстові повідомлення, що залишають користувачі після статті чи блогу, утворюючи таким чином низку суспільних відгуків щодо певної проблеми, висвітленої статтею, тим самим заохочуючи дискусію між іншими відвідувачами (Potthast, 2009, с. 725). Зазначають, що інтернет-коментар є основним або одним із основних способів спілкування з автором статті або з іншими відвідувачами сайту (Горошко, 2009, с. 12). У нашому дослідженні інтернет-коментар розглядаємо як особливий комунікативний інтерактивний жанр віртуального дискурсу, утілений у комунікативні дії особистості, яка демонструє себе через відкриту публікацію власної думки/оцінки (Сидорова, 2014, с. 18).

Аналізований жанр мережевого коментаря близький до жанру коментаря в журналістиці: користувач може потлумачити статтю з погляду фахівця, може роз’яснювати певні аспекти, які, на його думку, вимагають конкретизації чи переосмислення, може доповнювати текст статті актуальним, цікавим матеріалом тощо. Властива інтернет-коментарю оцінність (текст коментаря може містити тільки оцінку прочитаної статті без пояснення й аргументації думки) зближує його з іншим жанром публіцистики – рецензією. Коментар у мережі близький також до епістолярно-публіцистичного жанру – листа до редакції,

що містить відгук на статтю, однак відрізняється від нього відкритістю спілкування автора та читача, а також швидкістю й частотою реакцій користувачів.

При цьому інтернет-коментарю властиві такі індивідуальні характеристики, як оперативність, інформативність, лаконізм, аналітичність і, як наслідок, експресивність, тобто передбачає реалізацію ключових функцій публіцистичного дискурсу – інформування, вплив, переконання. Також коментар утілює стандартизовані норми й правила подання інформації, створення індивідуального компонента смислу, що в сукупності складає його визначальні риси, диференціює від інших жанрів публіцистичного та віртуального дискурсу.

Той факт, що інтернет-коментар об'єднує особливості класичних журналістських жанрів, а також вирізняється властивими тільки йому характеристиками, дає підстави говорити про нього як про окремий мовленнєвий жанр інтернет-дискурсу.

У віртуальному коментарі використовуються власні способи й методи передавання інформації, що ґрунтуються на принципах ситуативності, інформативності й аналітичності. Це, зокрема, виражається в одночасному використанні предметно-логічного або об'єктивного, прагматичного й суб'єктивного методів викладу інформації, що на текстовому рівні проявляється в зверненні автора коментаря до фактичної інформації та стилістично нейтральної лексики й водночас до оцінної інтерпретації фактів і образних, емоційно-експресивних засобів мови.

Ґрунтовний аналіз інтернет-коментаря як мовленнєвого жанру не можливий без його типологізації, що наразі проблематично, адже, якщо поняття мовленнєвого жанру отримало ґрунтовне пояснення в лінгвістиці, то проблема його типології досі залишається нерозв'язаною через відсутність єдиних критеріїв кваліфікації. Окремі спроби розроблення типологій фіксуємо в працях українських і зарубіжних дослідників: Н. Арутюнової, Ф. Бацевича, Т. Винокур, А. Габідуллової, В. Дементьєва, К. Седова, Т. Шмельової та ін., але здебільшого – це „переліки мовленнєвих жанрів, за можливістю деталізовані” (Дементьєв, 2010, с. 156). Більшість дослідників схильється до врахування єдиного критерію розподілу мовленнєвих жанрів залежно від характеру поданої інформації – фатичні та інформативні жанри (Т. Винокур, В. Дементьєв, О. Шейгал та ін.). Інформативні жанри мають на меті повідомлення нової та актуальної інформації, а фатичні – настанову на спілкування, мінімізацію нової інформації, пріоритет експресивності та етикетності у взаємодії.

Зважаючи на те, що науковці пропонують різні підходи до класифікації жанрів мовлення, у нашому дослідженні дотримуємося типології Т. Шмельової, яка виділяє інформативні (повідомлення, підтвердження, запит інформації тощо), оцінні (похвала, докір, осуд), етикетні (ритуальні) / перформативні (привітання, вибачення, привітання)

та імперативні (порада, рекомендація, інструкція) мовленнєві жанри (Шмелева, 1990, с. 24).

Інформативна настанова, згідно з класифікацією Т. Шмельової, націлена на різні операції з інформацією: її надання чи запит, підтвердження або спростування (Шмелева, 1997, с. 92). Ураховуючи той факт, що об'єктом дослідження є інтернет-коментар до інформації, розміщеної на сторінках сучасного мережевого жіночого глянцю, інформативна настанова в досліджуваному матеріалі передбачає отримання додаткової інформації, роз'яснення й уточнення відомостей, розміщених у тематичній публікації. Так, аналізуючи веб-коментарі до статей інтернет-глянцю „Коліжанка”, віднаходимо такі типи повідомлень з інформативною інтенцією (тут і надалі орфографію та пунктуацію збережено):

1) повідомлення інформації (9.8%) (автор повідомляє про власний алгоритм дій щодо ситуації, описаної в публікації; виражене розповідним реченням):

о я теж надзвичайно повільно засмагаю (тому до відпочинку кілька разів доводиться відвідувати солярій!) <...> Мені порадили Імедін „Оптимізатор засмаги”, який готує шкіру до процедури... (Стаття „Лікар відповідає на запитання”, 02.06.2018);

мій найкращий спосіб зібрати гарну компанію без заморочок і тихенько, попиваючи алкоголь, спілкуватися, дивитися добре кіно, жартувати... (Стаття „Як пережити Новий рік?”, 14.12.2018).

2) повідомлення додаткової інформації (4.9%) (автор висловлює власні міркування щодо інформації, розміщеної в статті; виражене розповідним реченням):

„У СЕЗОН ЕПІДЕМІЇ МИ НАМАГАЄМОСЯ ДОТРИМУВАТИСЯ УСІХ ПРАВИЛ ОСОБИСТОЇ ГІГІЄНИ. ОДНАК МАЛО ХТО ЗНАЄ, ЩО НЕБЕЗПЕЧНИМ ДЖЕРЕЛОМ ИНФЕКЦІЙ Є ... МОБІЛЬНИЙ ТЕЛЕФОН!” - а ще клавіатура і мишка комп'ютера (Стаття „Правда про герпес і ПМС”, 03.11.2018);

Я б дуже хотіла зробити собі фاینенькі груди, але страшенно боюся вже ескулапів. Колись мала необережність підколоти губи, то потім не знала, що робити з цими двома варениками замість рота (Стаття „Правда про пластичну хірургію”, 23.07.2018).

3) запит інформації (1.7%) (виражений питальним реченням):

А хто кого повинен веселити? :) або запросити когось треба. Що треба зробити, щоб весело було? <...> (Стаття „Як пережити Новий рік?”, 14.12.2018);

А якщо спробувати пігулки якісь заспокійливі разом з знеболенням? Зможе подіяти? (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018).

4) спростування інформації, розміщеної в публікації (4.8%) (виражене розповідним чи окличним реченням).

Може бути аргументованим, напр.: *Нда уж... Про сну така нісенітниця! Не від втоми це залежить, а від того, у яку фазу сну прокинувся!* <...> (Стаття „9 порад для міцного сну”, 14.01.2019).

Аргументація відсутня, напр.: *Прочитала 2 перших пропозиції, і зрозуміла, що статтю краще не читати)) Брехня несусвітня))* (Стаття „Факти про веганство”, 30.11.2018).

5) спростування інформації, уміщеної в коментарях інших користувачів (0.7%) (виражене розповідним чи окличним реченням, рідше – питальним), яке також може бути аргументованим чи неаргументованим:

Аргументоване спростування:

– *думаю повна відмова від м'яса, риби, яєць і молока – шкідливо для здоров'я))*

– *Якби це було так, то вегетаріанці вмирали б раніше м'ясоїдів)) А допоки – все навпаки* (Стаття „Факти про веганство”, 30.11.2018).

Неаргументоване спростування:

– *))) Я з дитинства м'яса не їм, і нічого – жива і здорова)) І мама у мене теж м'яса мало вживає)) теж проблем немає)) тепер віриш ???))*

– *ні* (Стаття „Факти про веганство”, 30.11.2018).

6) згода з інформацією, уміщеною в статті (4.3%) (виражена розповідним реченням, рідше – питальним чи окличним).

Може бути аргументованою, напр.: *Мда, подивившись на людей, що сидять в автобусі, у них такі гримаси, ніби хтось помер, навіть підходити до такої людини близько не хочеться, не те що дивитися, які в нього там прищипки* (Стаття „Краса залежить від настрою!”), 23.07.2018).

Аргументація відсутня, напр.: *Вода – найкорисніший напій!* (Стаття „Користь води”, 26.07.2018).

7) згода з попереднім коментарем/коментарями, що також може бути аргументованою і неаргументованою (8,2%) (виражена розповідним реченням, рідше – питальним чи окличним).

Аргументована згода, напр.:

– *боюся я гормональні контрацептиви використовувати... від них хто товстішає, а у кого взагалі вуса ростуть!*

– *ось і я так думаю. Не можна покладатися на лікаря на всі 100%. Він не може знати всі тонкощі твого організму* (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018).

Неаргументована згода, напр.:

– *мені здається, що складно дати конкретну пораду заочно.*

– *теж так гадаю* (Стаття „Консультація гінеколога”, 11.11.2018).

До звичних для коментаря інформаційного характеру типів пропонуємо додати ще два – повідомлення особистої чи додаткової інформації. Їх виокремлення зумовлене специфікою аналізованого матеріалу. Вивчення контенту жіночого інтернет-глянцю дає підстави стверджувати, що читачкам властиво „приміряти” отриману інформацію на себе, співвідносити її з особистим досвідом, „пропускати матеріал

через себе”. Відтак, пропонуємо виокремлювати піджанри, об’єднані співвіднесеністю з особистим досвідом читачок:

8) повідомлення особистої інформації, „приміряння” нової інформації на себе (16.9%):

– *а я ззята антивеганка)))))) Бували, знаємо... (Стаття „Факти про веганство”, 30.11.2018);*

Мій дієвий спосіб – шоколад. Але масажі теж можна спробувати (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018).

9) повідомлення додаткової інформації, обґрунтованої особистим досвідом (3,5%):

Як молода мама можу сказати, що перші місяці у дітей рідко буває поняття „день-ніч”. А матусі вдень рідко можуть спати, готувати і прати вночі не вдається (Стаття „Сон для молоді мами”, 03.10.2018);

Я більше нізащо не поведуся на усілякі вагінальні контрацептиви. Мені завдяки ним вдалося замати двох діточок. Повна фігня цей еротон (чи як його там) (Стаття „Консультація гінеколога”, 11.11.2018).

Впадає у вічі, що поширеним елементом побудови речень у відгуках інформативного типу є використання сполучника „а” переважно на початку речення, що надає комунікативній взаємодії у віртуальному просторі неформальних рис.

Зазначимо, що інформаційні коментарі становлять значний відсоток від проаналізованого матеріалу, а саме – 54,8%. Причому переважна більшість коментарів такого типу є повідомленням інформації, що свідчить про ставлення інтернет-користувачів до мережевого глянцеу як до цікавого й пізнавального ресурсу.

2. *Оцінний тип* інтернет-коментаря „націлений на зміну самопочуття учасників спілкування, співвідносячи їх вчинки, якості та всі інші маніфестації з прийнятою у конкретному соціумі шкалою цінностей” (Шмелева, 1997, с. 92). У досліджуваному матеріалі означений тип коментарів утілюється в спробі автора (читацької аудиторії глянцеу) висловити суб’єктивне судження щодо інформації, висвітленої в публікації. Під час аналізу ми відзначили, що кількість відгуків із оцінною інформацією теж охоплює значний відсоток від загальної кількості коментарів – 37,5%. Це доводить поширену думку про те, що основною метою веб-коментування є вираження суб’єктивного ставлення до того чи того факту, події чи явища. Так, аналізуючи інтернет-коментарі до статей на тему здоров’я, віднаходимо такі типи повідомлень з оцінною настановою:

1) оцінка статті (16.4%):

– *відмінна стаття ... трохи складна система, але при бажанні можна освоїти (Стаття „Що таке аюрведа?”, 23.07. 2018);*

– *хороші поради) спасибки) (Стаття „9 порад для міцного сну”, 14.01.2019);*

– *все так закручено. Голова обертом.))) (Стаття „9 порад для міцного сну”, 14.01.2019).*

2) оцінка коментаря (2%):

– *згадалася картинка „ПМС? – купи гармату, зніми стрес”))))*

– =)

– *aaaaaaaga)) класна!* (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018).

3) оцінка товарів чи послуг, запропонованих у статті (1,7%):

– *прикольна річ і корисна* (Стаття „Легкий спосіб зняти стрес”, 23.08.2018);

Фігня цей гофре. Волосся шмалить, а об’єму додає на півдоби (Стаття „Краса залежить від настрою!”, 23.07.2018).

4) оцінка фотографії, використаної для оформлення статті (1,8%):

– *Стаття непогана, а ось фото попи на мій погляд можна було і красивіше знайти.)* (Стаття „Лікар відповідає на питання”, 02.06.2018);

Цікавенько. Правда де вони такі стрьомні фотки цицьок віднайшли. Фууу(((. Таке не можна показувати в глянці, який читають навіть дітлахи (Стаття „Правда про пластичну хірургію”, 23.07.2018).

5) оцінка користі статті для читача (9,4%):

– *Корисно знати! Може, коли-небудь...* (Стаття „Правда про пластичну хірургію”, 23.07.2018).

6) корисність статті також може вимірюватися тим, чи захотілося читачці придбати згаданий товар, спробувати запропоновану послугу (0,3%).

– *ХОЧУ. ХОЧУ. ХОЧУ. ХОЧУ !!! :))))* (Стаття „Легкий спосіб зняти стрес”, 23.08.2018).

7) Сюди ж варто узалежнити жанри, які на перший погляд стосуються імперативних жанрів обіцянки і опису своїх майбутніх дій, до яких спонукала прочитана стаття, що також є позитивною або негативною оцінкою корисності наданого сайтом матеріалу (5,6%):

– *Хороші поради .. візьму на озброєння* (Стаття „9 порад для міцного сну”, 14.01.2019);

– *гормональні таблетки пити не збираюся* (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018).

8) У формі жарту (1,3%) може бути виражена негативна або позитивна оцінка прочитаного матеріалу, попереднього коментаря:

– *пити чи не пити – ось в чому питання)* (Стаття „Користь води”, 26.07.18).

Зазначимо, що в аналізованому матеріалі відгуки є полярними: або негативними, або позитивними, причому з переважанням останніх (близько 30%). Таку тенденцію, очевидно, можна пояснити тим, що читачами інтернет-глянцю є жінки, а для жінок не властива агресивна вербальна поведінка; читачки зорієнтовані на позитивне сприйняття інформації, турботу про себе, пусті балачки з подругою тощо.

Негативна оцінка, утілена здебільшого у формі докору чи осуду, у досліджуваному матеріалі виражається такими одиницями з негативною оцінною семантикою: „повна дурня”, „балачки”, „нісенітниця” тощо.

До коментарів *імперативного* типу дослідниця Т. Шмельова уналежнює такі висловлювання: побажання, обіцянку, прохання, наказ, інструкцію, пропозицію, дозвіл, пораду тощо. І. Сидорова зазначає, що імператив є формою прямого звернення, у якому мовець спонукає адресата до дії, вираженої дієсловом. Наявність цих двох комунікантів (мовця й адресата) є граматичним стрижнем, організаційним початком форми імператива (Сидорова, 2014, с. 8). Зважаючи на характер спонукання, його автор (читач глянцею) може комбінувати імператив із різноманітними інформаційними і лексичними засобами, вдаватися до непрямого вираження за рахунок імплікацій або, навпаки, прямо називати різновид спонукання за допомогою перформативів директивної семантики (наказувати, веліти, просити, благати та ін.) (Никитин, 1998, с. 17). Імперативна цільова настанова, згідно з Т. Шмельовою, „має на меті спровокувати втілення/не втілення подій, необхідних, бажаних або, навпаки, небажаних для декого з учасників спілкування” (Шмелева, 1990, с. 92). В аналізованих текстах статей імперативність, зазвичай, виражається дієсловами наказового способу, які виражають спонукання до дії, наприклад: *ой, часом так хочеться сказати чи не пішло б усе куди подалі. Треба просто жити і насолоджуватися* (Стаття „Легкий спосіб зняти стрес”, 23.08.2018).

Серед палітри засобів реалізації імперативності в досліджуваних коментарях виокремлюємо питальне (*Чому б не придумати щось більш безпечно для захисту жіночого організму, ніж гормональні пігулки, га, прославлені фармацевти?????*) і розповідне („АТАТА” *треба робити таким пластичним хірургам...*) речення.

Так, в інтернет-коментарях до статей виокремлюємо такі типи повідомлень з імперативною настановою (3% від загальної кількості коментарів):

1) прохання (0,3%):

До речі, величезне прохання, таки вирішити цю проблему: „Ти вже підписана на коментарі. <...> (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018).

2) порада (0,6%):

Раджу оптимізувати сайт – дуже важкі сторінки. і насильницьку підписку на коменти пвзирати – поштовий ящик ще пригодиться (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018).

3) У коментарях доволі часто натрапляємо на жанр заклику (2,1%), зверненого найчастіше до всієї читацької спільноти. Означений жанр можна узагальнити й до оцінки статті, про що свідчить про його схожість з уже згаданим описом майбутніх дій.

Будьте добрішими і прогресивнішими! (Стаття „Як впоратися з ПМС?”, 25.10.2018);

Етикетні/перформативні жанри складають незначну групу висловлювань (близько 4,7%). До таких коментарів уналежнюємо:

а) подяку (3,1%): *вода це добре*))) я дуже багато п'ю води))) взагалі вона життєво необхідна і спасибі за статтю))) (Стаття „Користь води”, 26.07.2018);

б) вітання (0,1%): *Усім добрий день :-D ось і тут зіткнулися лобами зятяті прихильники і противники вегетаріанства. Ну що ви сваритесь?* (Стаття „Факти про вегетаріанство”, 30.11.2018);

в) вибачення (0,1%) – *Перепрошую! Повтор* (Стаття „Правила зимового сну”, 02.03.2019);

г) похвалу (1%) – *Молодець кішка!*))) (Стаття „9 порад для міцного сну”, 14.01.2019).

Наявність текстів етикетних/перформативних жанрів пояснюємо передусім статевою приналежністю користувачів аналізованого сайту: жінкам більш властива ритуальна поведінка – ввічливість і прагнення до пом'якшення тону розмови.

Крім того, інтернет-коментар обмежений загальними правилами поведінки, прийнятими для конкретної інтернет-спільноти. Щоправда, на лексичному й граматичному рівнях користувачам надано повну свободу самовираження, що помітно ускладнює чітке визначення канонів означеного мовленнєвого жанру.

Проаналізований матеріал дає підстави стверджувати, що інтернет-коментарі до статей в інтернет-глянці можуть виконувати різні функції: розтлумачення, розмірковування, а також оцінну й фатичну функції. Це певною мірою електронна версія читацьких листів до редакції, але в більш зручному, багатофункціональному вимірі, що здійснюється нелінійно й у режимі нереального часу. Кожен, незалежно від просторових або часових рамок, може долучитися до обговорення тієї чи тієї теми. Важливою є й функція діалогізації, яку виконують інтернет-коментарі. Інтернет-коментарю властиві певні закономірності: це – участь читачів в обговоренні, миттєве долучення всіх коментаторів до дискусії, об'єднання, прозорість та анонімність.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи зазначимо, що внаслідок розвитку мультимедійних технологій і виникнення електронних версій традиційних ЗМІ коментування статей в Інтернеті користується неабиякою популярністю. Тексти читацьких коментарів мають досить складну семантику: у кожному з них закладено самостійний сенс, але, водночас, вони є невід'ємним складником цілого текстового масиву, які доповнюють і роз'яснюють ідеї вихідного тексту.

Коментар у віртуальному просторі є оформленим типом тексту, що складається з відповідного змісту повідомлення й містить авторську мету разом з концепцією адресата та його суб'єктивною думкою, що має первинну причину повідомлення й очікує „зворотного зв'язку”. Ці ж ознаки дають підстави кваліфікувати коментар як особливий жанр інтернет-дискурсу.

Інтернет-коментар є способом ведення пізнавального діалогу й уможлиблює реалізацію комунікантами інформативних, оцінних,

етичних/перформативних та імперативних інтенцій за допомогою різних лексичних та граматичних засобів. Ключовою особливістю інтернет-коментаря є переважання інформативних жанрів, хоча жінкам менше ніж чоловікам властиво введення додаткової інформації, більше – емоційна оцінка (докладніше про це див. Таннен, 1990). Припускаємо, що на сайтах чоловічих видань інформативний жанр буде виявлено в більшому відсотковому співвідношенні.

Перспективним напрямом досліджень вважаємо актуалізацію гендерного аспекту в аналізі інтернет-коментарів.

Література та джерела

- Алексеев, А. (2003). Записи в блоге как речевой жанр Интернет-коммуникации, <http://iawia.net.ru>
- Бондаренко, Т. (2010). Веб-коментарі як маркер комунікативного портрета аудиторії інтернет-видання. *Мовознавчий вісн.* 14 – 15. С. 285 – 293.
- Вежбицка, А. (1997). Речевые жанры. *Жанры речи* : сб. науч. ст. Саратов : Изд-во ГосУНЦ „Колледж”, вып. 1. С. 99 – 111.
- Винокур, Т. Г. (1993). *Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения.* М. : Наука, 172 с.
- Горошко, Е. И. (2009). Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области. *Жанр и язык.* Саратов: Наука, вып. 6. С. 11 – 27.
- Дементьев, В. В. (2010). *Теория речевых жанров.* М. : Знак, 493 с.
- Попова, Т. И., Вознесенская, И. М., Колесова, Д. В. & Савотина, В. М. (2012). Интернет-пространство: речевой портрет пользователя : коллектив. моногр. / под ред. Т. И. Поповой. СПб. : Эйдос, 224 с.
- Селютин, А. А. (2009). Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности. *Вестн. Челяб. гос. ун-та.* № 35. Вып. 37.
- Сидорова, И. Г. (2014). *Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса: сайт, блог, социальная сеть, комментарий* : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 – теория языка. Волгоград, 23 с.
- Таннен, Д. (2005). Ты просто меня не понимаешь. Женщины и мужчины в диалоге. *Гендер и язык* (С. 235 – 511). М. : Языки славянской культуры.
- Тирон, І. (2011). Веб-коментар як жанр сучасного медійного дискурсу. *Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Сер. Іноземна філологія.* Вип. 44. С. 42 – 45.
- Шилина, М. Г. (2012). Текстогенные трансформации иносферы. Методологический эскиз становления Интернета : монография. М. : „РИЦ Северо-Восток”, НИУ ВШЭ, 736 с.
- Шмелева, Т. В. (1997). Модель речевого жанра. *Жанры речи.* Саратов : Изд-во Гос УНЦ „Колледж”. Вып. 1. С. 88 – 89.
- Шмелева, Т. В. (1990). Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка. *Russistik. Русистика : науч.*

журн. актуальных проблем преподавания рус. яз. Berlin, № 2. С. 20 – 32.

Щипицина, Л. Ю. (2006). Дигитальные жанры: проблема дифференциации и критерии описания *Коммуникация и конструирование социальных реальностей* : сб. науч. ст. СПб. Ч. 1. С. 377 – 389.

Pothast, M. (2009). Measuring the descriptiveness of Web Comments. *In SIGIR '09 : Proceedings of the 32nd international ACM SIGIR conference – on Research and development in information retrieval*. С. 724 – 726. www.uniweimar.de/pothast_2009a.

Стаття надійшла до редакції 19.04.2019 р.

Прийнято до друку 23.04.2019 р.

Рецензент – канд. філол. н., доц. Леснова В. В.