

# ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

## JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

УДК 811.161.1'42:004.738.5+316.454.5+316.344.8

DOI 10.18413/2075-4574-2019-38-4-551-561

### ЖАНРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

### AXIOLOGY OF GENRES IN PROFESSIONAL COMMUNITIES ON THE INTERNET

**Н.С. Данкова, Т.В. Дубровская**  
**N.S. Dankova, T.V. Dubrovskaya**

Пензенский государственный университет  
Россия, 440026, г. Пенза, ул. Красная, 40

Penza State University  
40, Krasnaya St, Penza, 440026, Russia

E-mail: n.s.dankova@mail.ru, gynergy74@gmail.com.

#### Аннотация

Несмотря на то, что цифровая коммуникация трансформирует современные социальные отношения, модели коммуникации в цифровой среде разработаны недостаточно. В связи с этим авторы представляют анализ дискурса профессиональных интернет-сообществ в социальной сети Вконтакте, сделанный с целью выявить основные принципы организации отношений и коммуникации в сетевых профессиональных сообществах, ключевые аксиологические ориентиры групп и жанровые формы их актуализации. Методологическую основу исследования образуют критический дискурс-анализ и теория речевых жанров. В результате анализа выделены такие жанры, как самопрезентация, обмен мнениями, просьба, обращение за советом, совет, благодарность, осуждение, обвинение, оскорбление, одобрение. Сделан вывод о том, что основным аксиологическим ориентиром сообществ выступает профессиональная компетентность специалиста. К другим ценностям, актуализируемым в рамках выделенных жанров, авторы относят обмен опытом и практическими навыками, доверие коллегам и авторитетному мнению, верность профессии, творческий и качественный подход к делу. Жанры выполняют регулятивную функцию: способствуют отбору участников и материалов, поддерживают профессиональные ценности в группе. Авторами выявлена структурирующая роль жанров и ценностей в интернет-коммуникации. Результаты исследования способствуют теоретической концептуализации интернет-коммуникации и могут быть использованы при разработке и корректировании органами власти государственной молодежной политики.

#### Abstract

Digital communication has been affecting modern social relations; however, digital communication models have been developed insufficiently. In this regard, the paper offers the analysis of professional Internet-communities discourse in the social network VKontakte. The authors aim to reveal how on-line professional groups are organised in terms of communication, axiological values and principal genres that actualize common ideologies. The study is based on the assumptions made by the school of Critical Discourse Analysis and speech genres theory. The findings include the following genres: self-presentation, exchange of opinions, request, asking for advice, advice, gratitude, deprecation, accusation,



insult, approval. The conclusion is drawn that professional competence is the key axiological value typical of the groups in question. The authors also point out other values actualized in the genres identified, such as exchange of practical skills and experience, community trust, authoritative opinion, professional loyalty and commitment, constructive approach to the matter, and focus on the result. Genres perform a regulative function: they contribute to the selection of participants and posts as well as maintaining professional values in the community. The novelty of the study and its results resides in revealing the structural role of genres and values in Internet communication. The results of the study theoretically conceptualise Internet communication as well as having practical applicability: they can prove useful in developing and altering the state youth policy.

**Ключевые слова:** профессиональная коммуникация, интернет-сообщество, жанр, аксиология.

**Keywords:** professional communication, internet-community, genre, axiology.

---

## Введение

Представляется, что в настоящее время существует проблема недостаточной разработанности моделей коммуникации в цифровой среде. В то же время именно цифровая коммуникация вовлекает все большее число людей, трансформирует социальное взаимодействие, меняет межличностные и групповые отношения и по этой причине заслуживает изучения, результатом которого могли бы стать новые модели коммуникации.

Данная статья продолжает серию наших работ, направленных на изучение дискурса российской молодёжи с аксиологической точки зрения. Ранее мы выявили ключевые аксиологические установки и способы их языковой и мультимодальной актуализации в интернет-дискурсе молодежных субкультур: в постах байкеров и жанре «пацанской» лирики [Данкова, Дубровская 2018; Дубровская, 2019].

В данной статье мы рассматриваем жанры в дискурсе профессиональных интернет-сообществ. Цель настоящего фрагмента исследования состоит в выявлении основных принципов организации отношений и коммуникации в сетевых профессиональных сообществах, ключевых ценностных ориентиров и средств их актуализации: специфических жанров и конкретных языковых средств.

Материалом настоящего фрагмента исследования послужили публикации нескольких интернет-сообществ в социальной сети Вконтакте. По данным владельцев и руководителей социальных сетей, возраст самой активной аудитории Вконтакте составляет от 18 до 24 лет, а ядро сети Вконтакте образуют пользователи 30 лет [Миф о возрасте аудиторий..., 2015]. Такие данные позволяют нам использовать публикации соцсети в качестве материала молодежного дискурса.

Были изучены материалы в сообществах программистов (<https://vk.com/itcookies>), юристов и адвокатов ([https://vk.com/typical\\_jur](https://vk.com/typical_jur)), инженеров (<https://vk.com/promchat>). Эти сообщества достаточно многочисленны (включают 366 654, 42 794 и 46 775 участников соответственно) и нацелены на обмен опытом и профессиональное общение. Группы содержат профессионально ориентированные посты, статьи, видеоматериалы, электронные книги, новостные заметки, рекламные объявления, а также материалы юмористического и развлекательного характера. Все посты сопровождаются комментариями пользователей, посредством которых члены сообщества не только выражают собственное мнение по теме поста, но и вступают в коммуникацию друг с другом. Посты и материалы обсуждения в разделе «Комментарии» послужили объектом данного исследования. Речевые материалы цитируются без изменения авторской орфографии и пунктуации.

Теоретически мы исходим из того, что в процессе коммуникации участники профессиональных групп используют определенный набор жанров, актуализирующих ценностные установки данных групп.

Методологическую основу исследования образует критический дискурс-анализ, устанавливающий связь между языком и социальной действительностью. Методологиче-

скую важность представляют достижения теории речевых жанров: общетеоретические положения; тезисы, касающиеся жанров интернет-коммуникации; доказанные положения о функционировании оценочных жанров. Ранее мы показали, что жанр, будучи неразрывно связанным с порождающим его социальным контекстом, несет аксиологическую нагрузку и конструирует коллективную идентичность посредством ссылок на актуальные для данного сообщества коммуникантов ценности и установки [Дубровская, 2019].

### Жанр в интернет-коммуникации

Поскольку общение в социальных сетях занимает особое место в жизни современного молодого поколения и оказывает непосредственное влияние на самоидентификацию молодежи, интернет-коммуникация привлекает внимание исследователей, и «изучение интернет-опосредованной коммуникации в молодёжной среде можно уже считать сложившимся самостоятельным научным направлением» [Привалова, Купцова, 2016, с. 54].

Изучение интернет-коммуникации осуществляется в том числе и через призму теории речевых жанров. Буквальное толкование жанра М.М. Бахтина, согласно которому «речь всегда отлита в форму высказывания» [Бахтин, 1986, с. 263] и «каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые мы и называем речевыми жанрами» [Бахтин, 1986, с. 250], подверглось трансформациям и стало в меньшей степени привязано к границам высказывания, принадлежащим одному субъекту. Чаще жанр рассматривается как вербальная форма некоторой ситуации взаимодействия коммуникантов, подчеркивается деятельностная природа жанров («социально признанные типы коммуникативных действий, которые привычно осуществляются членами сообщества для достижения конкретных социальных целей») [Orlikowski, Yates, 1994, p. 542]. *Перевод с английского здесь и далее наш. – Н.Д., Т.Д.* Важно, что в дискурс-анализе жанр признается междисциплинарным аналитическим инструментом, позволяющим концептуализировать связь между собственно языковыми формами и социальными структурами: «Жанр понимается здесь как междисциплинарное понятие с аналитическим потенциалом, поскольку он связывает тексты и организацию общества. Он помогает прояснить отношения между текстами и способами коммуникации, а также между текстами и обществом» [Lüders et al, 2010, p. 948].

Отечественные исследователи неоднозначно трактуют жанр в интернет-сети. Для структурирования контента интернет-коммуникации используются понятия: «гипержанр», «речевой жанр», «формат», «интернет-жанр» [Усачева, 2010; Стексова, 2014; Горошко, Полякова, 2015]. Полагаем, что в качестве рабочего определения интернет-жанра можно взять определение, предложенное Е.И. Горошко и Т.В. Поляковой, которые считают интернет-жанрами «устойчивые типы текста, назначение которых определяет его форму и которые обслуживают типическую ситуацию коммуникации в сети Интернет» [Горошко, Полякова, 2015, с. 120].

Поскольку объектом нашего исследования являются собственно посты и комментарии пользователей к ним, составляющие единое смысловое целое (диалогические и полилогические комплексы), целесообразно вспомнить классификацию жанров, предложенную М.Ю. Федосюком. Он считает возможным разделение жанров речи на элементарные и комплексные. В составе элементарных отсутствуют компоненты, которые могут быть квалифицированы как тексты определенных жанров. И напротив, комплексные жанры включают монологические и диалогические тексты и состоят из компонентов, каждый из которых обладает относительной завершенностью и может быть охарактеризован как текст определенного жанра [Федосюк, 1997]. Мы считаем, что посты в совокупности с комментариями образуют комплексные жанры (дискуссия, спор, обмен мнениями и т.д.), тогда как реплики в комментариях могут рассматриваться как относительно самостоятельные структуры со специфическими коммуникативными целями, принадлежащие разным жанрам. Важно отметить нелинейность интернет-общения: комментарий к посту может являться реакцией не собственно на пост, а на другой комментарий, и в свою очередь



стимулировать появление новых комментариев. В то же время некоторые жанры образуют взаимосвязанную последовательность высказываний.

Анализируя контент социальных сетей с позиции дружеского общения, В.И. Карасик выделяет следующие жанровые формы характеристик в соответствии с базовыми интенциями, порождающими различные типы речевых действий: демонстративы, репортативы, социативы, креативы, агитативы, инструктивы, прескриптивы, аттрактивы [Карасик, 2019]. Мы рассматриваем жанры профессиональных интернет-сообществ с точки зрения их ориентации на дискурсивное конструирование группы. При этом мы понимаем группу как «относительно устойчивую совокупность людей, связанных системой отношений, регулируемых общими ценностями и нормами» [Мандель, 2016, с. 276]. На наш взгляд, развитие социальных сетей и их популярность привели к формированию виртуальных групп, имеющих те же признаки, что и группы людей в реальной жизни. «Обязательными элементами любой группы являются цели, общие нормы, санкции, групповые ритуалы, отношения, совместная деятельность, вещная среда» [Мандель, 2016, с. 276]. Далее, опираясь на перечисленные признаки группы, мы предпринимаем попытку выявить, как разные жанры конструируют коллективную профессиональную идентичность и общие ценности.

### Цели сообществ

Используя *жанр самопрезентации*, создатели групп обозначают цели и смысл создания профессиональных сообществ на главной странице сообществ. Например, создатели группы «Сообщество юристов и адвокатов» позиционируют свою группу так:

*«Сообщество для обмена опытом и коллективного решения частных вопросов. А также горячий профессиональный юмор и интересные истории из жизни юристов!»*

Очевидна, прежде всего, направленность группы на взаимодействие в рамках четко очерченной профессиональной сферы (*профессиональный юмор; юристов*), а также кооперативный настрой создателей (*обмена опытом; коллективного решения*).

Самопрезентация может отсутствовать совсем (как в группе программистов), а может представлять собой и достаточно развернутый текст. Сообщество инженеров приветствует новых членов так:

*«Цель Сообщества инженеров – это популяризация инженерии и науки, популяризация творческого инженерного подхода при решении как производственных, так и любых других жизненных вопросов и задач. Мы считаем, что инженер (от лат. "изобретатель") – это образ мышления, философия жизни, а не только запись в дипломе или трудовой книжке.*

*Сообщество инженеров представляет собой площадку для обсуждения самых различных вопросов, соответствующих вышеуказанной цели.*

*Мы рады приветствовать и технических специалистов самых разных отраслей, и научных деятелей, и гуманитариев; другими словами – всех, кто чувствует, что близок нам по духу.*

*Уверены, что все мы вместе, руководствуясь здравым смыслом и верой в наше общее дело, сможем сделать этот мир немножечко лучше! Или даже множечко!*

*Желаем всем нам успехов в каждом благородном начинании!*

*С уважением,*

*Администрация Сообщества инженеров [vk.com/Promchat](https://vk.com/Promchat)».*

Такая самопрезентация не только определяет тематические границы – решение инженерных задач на производстве и в жизни, но и конструирует группу как объединение людей с общими ценностями: творческим инженерным подходом, философским мировоззрением, благими целями (*сможем сделать этот мир немножечко лучше*). Интересно, что общие ценности (*близок нам по духу*), а не только профессиональная принадлежность, представляются как объединяющий фактор. Группа готова принять и гуманитариев. Отметим также широкое применение средств вежливости (*рады приветствовать; желаем*

успехов; с уважением) и юмора (немножечко <...> или даже множечко) как сигналов кооперативного настроения.

### Совместная деятельность членов группы

Несмотря на то что мы обсуждаем коммуникацию в виртуальных сообществах, и о совместной деятельности в традиционном понимании речь не идет, высказывание мнений и выработка совместных решений могут рассматриваться как признаки совместной деятельности. Одним из жанров, реализующих такую совместную деятельность, является комплексный жанр «обмен мнениями», который был ранее выделен Н.Д. Арутюновой [Арутюнова, 1992]. В рамках настоящей работы мы имеем в виду обмен мнениями участников групп об их трудовой деятельности. Анализ материалов данного жанра выявил преимущественно уважительное отношение участников сообществ к своему делу и ценность профессии. При этом понятия «специалист с дипломом» и «хороший специалист» не признаются тождественными, что становится ясно из следующих высказываний:

*«– Юристов много, а вот грамотных специалистов мало».*

*«– Да уж. В каждой подворотне дипломы выдают».*

Ценностным ориентиром, который выступает в качестве образца для подражания, выступает именно грамотный специалист своего дела, что в следующем примере выражено средством деонтической модальности: модальным глаголом со значением долженствования (*надо*):

*«Андрей, всё зависит от того хороший ты юрист или нет. Хороший юрист всегда востребован. Но всегда надо доказать, что ты хороший юрист!»*

Профессионализм предполагает и практическое овладение навыками. Практическую деятельность, а также активную жизненную позицию в целом также можно включить в число ценностей групп:

*«Можно 20-лет отучиться в универе и просто быть полным Зеро на практике! Набирайся опыта...».*

Кроме того, подчеркивается важность необходимых природных задатков, без которых не стоит рассчитывать на успех в работе:

*«Андрей, могу ошибаться, но человек, который работает комплектовщиком, а не программистом, работает им не от того, что ему шанса выучиться не дали, а от того, что большее чем комплектовщик, он не тянет. И как бы ооочень огромная разница между комплектовщиком и программистом, ладно бы комплектовщика обучили кирпичи класть, но быть инженером...»*

Еще одной профессиональной ценностью выступает качество работы. По мнению членов группы, именно качество работы свидетельствует о самоуважении профессионала:

*«<...> Это ваше лицо. Если не устраивает величина оплаты – просто не беритесь за работу. А если делаете – то делайте круто. Уважайте себя».*

Обсуждение общих проблем и выработка решений по ним нередко инициируются жанрами **просьбы о помощи или обращения за советом**:

*«Плиз хелп с этим отрывком кода. Найдите ошибку».*

Интересно, что в приведенном примере участник сообщества программистов использует английскую фразу в русской транслитерации. Характер просьбы, переключение языкового кода (с русского на английский), а также профессиональная терминология (*отрывком кода*) не только маркируют автора высказывания как члена программистского сообщества, но и определяют характер потенциальной аудитории (проблема дискурсивного конструирования адресата была подробно рассмотрена в работе Т.В. Дубровской [2016]).

Просьба или обращение за советом часто имеют форму вопросительного предложения, подкрепленного вежливым императивом, либо форму перформативного высказывания с глаголом «*прошу*» в форме 1 л., ед.ч.:



*«Подскажите, пожалуйста, каким образом можно добиться такого стыка? Сварка это или что-то другое?»;*

*«Прошу дать дельную информацию, может кто работает/работал на производстве, может кто-то просто слышал и знает... в каком оборудовании/изделии при сборке (изготовлении) применяют вот такого зверя как на фото))) поисковики не в помощь, там информация общая, по сути абсолютно ничего не дает».*

Жанр просьбы демонстрирует, во-первых, доверие участников групп своим коллегам в решении профессиональных вопросов и, во-вторых, потребность человека в поддержке товарищей по цеху. Ценность мнения и опыта единомышленников, коллегиальность конструируются также посредством особых форм обращения к участникам группы: «Братцы!», «Сотоварищи-технари!», «Товарищи-инженеры...», «Уважаемые инженеры...»; «Здравствуйтесь, товарищи...». Такие обращения характерны для сообщества инженеров, тогда как юристы ограничиваются приветствием «здравствуйтесь», а IT-специалисты вообще не используют обращений.

Реактивным на просьбу и обращение за советом является жанр **совета**. В следующих примерах советы касаются обучающих ресурсов, подчеркивают ценность профессиональных знаний и выражаются оценочной лексикой (*книга действительно стоящая; отличный плейлист*), а также перформативами (*советую*) и глаголами в повелительном наклонении:

*«Сергей, неоднократно упоминал эту книгу, ведь книга действительно стоящая! Советую! Читайте, повторяйте, учитесь!»;*

*«Кирилл, если именно старт в вебе интересует, то советую академию верстки или html академию. Но в академии верстки есть отличный плейлист "html для самых маленьких" и аналогичные по css и js. Сам у них часто сижу, Исламов годно рассказывает. Короче, советую».*

Участники групп часто дают советы со ссылкой на собственный опыт. Так, в следующем фрагменте юрист апеллирует к собственному опыту удачного завершения дела, подчеркивая свой успех на профессиональном поприще:

*«У одного из моих клиентов была точно такая же ситуация. Рекомендую Вам сначала написать претензию в адрес министерства здравоохранения, затем подготовить пакет документов в суд. Помимо прочего, мы взыскали клиенту 20 тысяч рублей морального вреда с министерства».*

Отметим в приведенном примере элементы официально-делового и юридического стиля (*моих клиентов, написать претензию, пакет документов, помимо прочего, взыскали, морального вреда*), создающие серьезную тональность и маркирующие текст как предназначенный «не для всех».

В то же время сетевая коммуникация допускает и более экспрессивные формы выражения совета. Достаточно эмоциональная форма совета позволяет в данном случае подчеркнуть сложность юридической профессии и актуализировать ценность профессионализма:

*«О нет! Только не пишите иски сами, обратитесь к юристам. Много тонкостей, в противном случае даже практиканты в суде будут над вами смеяться».*

Жанр совета инициирует ответный жанр **благодарности**:

*«Спасибо многому научился!»*

Благодарность за полученные знания имплицитно актуализирует ценность этих знаний. В жанрах совета и благодарности часто выявляется неравный статус участников коммуникации. Профессионал обладает более высоким статусом по сравнению с человеком, нуждающимся в рекомендации и выражающим благодарность за профессиональный совет. Так, в следующем фрагменте прослеживается намерение автора-непрофессионала повысить статус юриста за счет понижения собственного статуса через указание на свою некомпетентность в юридической сфере:

*«Лилиана, очень признательна за ответ. По крайней мере, он побудил меня зайти в интернет и почитать нормативные документы по этому важному вопросу. Всё так, как вы написали. Мы, по большей части, чудовищно безграмотны в этих юридических штучках».*

### Групповые нормы и оценочные жанры

Оценочные жанры представляют большую группу высказываний в коммуникации профессиональных сетевых сообществ. Анализируя отношение речевых жанров и оценки, В.В. Дементьев указывает на связь оценочных высказываний с эмоциями, ценностями и идеологией в целом. Исследователь отмечает, что «конкретные оценки, оценочные шкалы производны от ценностей, обусловленных общей национальной культурой, оценивающей языковой картиной мира» [Дементьев, 2016, с. 19] Признавая важную роль общенациональной культуры в вынесении оценок и построении оценочных высказываний, мы считаем, что характер оценочных суждений также определяется моральными и идеологическими (в широком понимании) принципами, разделяемыми некоторым более узким сообществом. В нашем случае – виртуальным сообществом профессиональной направленности и его «микроклиматом».

Природа оценки такова, что некоторый объект, факт, поступок соотносится с некоторой нормативной шкалой оценки. О внутренней оценке друг другом членов социальных групп Б.Р. Мандель пишет: «...Всякий член группы не просто выполняет в ней свои функции, но и обязательно воспринимается, оценивается другими <...> Группа [через систему ожидаемых образов поведения, соответствующих каждой роли] определенным образом контролирует деятельность своих членов. В ряде случаев может возникать рассогласование между ожиданиями, которые имеет группа относительно какого-либо ее члена, и его реальным поведением <...>» [Мандель, 2016, с. 274].

Горизонт ожиданий относительно поведения в группе и принимаемых её членами ценностей существует и в сетевых сообществах, и именно в оценочных жанрах актуализируются ситуации соответствия или несоответствия поведения участников некоторым общепринятым стандартам.

Приведем в качестве примера ситуацию, в которой один из участников сообщества инженеров реагирует на видео, где девушка выступает на профессиональную тему, так:

*«Лицо надо обезжирить. Неприятно смотреть на блестящее лицо».*

Такая ремарка, направленная на внешность, вызвала бурную дискуссию, мнения в которой разделились. Некоторые участники **осуждают** отношение автора комментария к видео и прямо указывают на несоответствие его поведения ценностям группы:

*«На подачу материала влияет ораторское искусство, а не лицо и волосы <...>»;*

*«А с каких пор лицо и волосы влияют на технологии? Думаю, Вы ошиблись побликом».*

Основанием для осуждения становятся также действия участников сообществ в реальной жизни, вне сетевого сообщества, к примеру, использование автором поста устаревшей среды программирования:

*«В заголовке нужно исправить "C++" на "C++ Builder", ну и в 2019 прогать на шестом Билдере - это как-то моветон».*

Осуждается также факт отсутствия профессиональных знаний, что в следующем примере маркируется эмоционально окрашенными лексическими единицами (*позор; чушь*) с эксплицитно выраженным значением неодобрения:

*«Olga, да и поднимать самооценку на новичках? не интересно, а вот предостеречь вас от дальнейшего позора, ибо вы могли бы такую же чушь сказать и в реальном общении с людьми с которыми вам возможно придется работать. а это гораздо обиднее чем получить замечание от ноунейма из интернета».*



Осуждения не обязательно направлены непосредственно на личность. Ранее в исследовании, посвященном жанрам осуждения и обвинения, мы показали, что «результаты (продукты) деятельности также могут стать основанием для выражения нелицеприятного мнения. Деятельность понимается нами очень широко – это и повседневные действия, и творческие акты» [Дубровская, 2014, с. 135]. В сетевых сообществах отрицательная оценка нередко направлена на материалы сообществ (как продукты деятельности участников группы), которые характеризуются как неактуальные, устаревшие, бесполезные:

*«Серьёзно? Что за второсортный материал? Сегодня смотрел ради рофла. Сочувствую тем, кто решил изучать язык и наткнулся на это»;*

*«Он решил 4 года обучения в 17 мин впахнуть? Тот кто не учился - не поймёт. А тот кто учился - такие видюхи не смотрит, не актуальны»;*

*«Полнейшая чушь!».*

Заметим, что дискурс профессиональных интернет-сообществ представляет собой смесь разговорной лексики (*видюхи*), профессионального жаргона (*прогать* от «программировать»), а также заимствований, как устоявшихся (*моветон*), так и новых, характерных для современной онлайн коммуникации (*рофл* от английской фразы «Rolling On the Floor Laughing», означающей «кататься на полу от смеха»; *ноунейм* от английского «безымянный», т.е. «неизвестный»).

Отрицательная оценка, выраженная в **обвинении**, то есть приписывании социально осуждаемых действий некоторому лицу, направлена как на партнеров по коммуникации, так и на администраторов групп. Так, в следующем примере автора оцениваемого материала и администраторов группы обвиняют в неуважении к своей аудитории. Обвинение несколько смягчено ссылкой на эмоции автора комментария (*жалко*), который жалеет о том, что новостная информация не соответствует уровню компетентности целевой аудитории:

*«Жалко, что автор этого бреда и админы группы не уважают свою аудиторию и позволяют себе так нагло сочинять бредовый текст, публикуя его как новость».*

Автор следующего высказывания обвиняет другого участника группы в неграмотности, при этом подвергая сомнению его профессиональные качества:

*«Дмитрий, в Вашей неграмотности, хотя бы. Смеее рассуждать о современной науке, а "прОгматизм" пишете - через "о". "Здерживание" - пишете через "з". "Невладеющим" - пишете слитно. Грамотей, блин. ;)».*

Как представляется, негодование автора высказывания направлено не столько на неграмотность пользователя, поскольку наличие ошибок является повсеместной проблемой общения в сети, сколько на его профессиональную несостоятельность, которая стала очевидной для автора из предшествующего диалога.

Крайняя степень неодобрения выражается речевым жанром **оскорбления**, который характеризуется «переходом на личности» и использованием инвективной лексики. Опосредованное сетевое общение способствует эксплицитному выражению оценки, нередко в резкой форме. В качестве оснований для оскорблений часто выступают непрофессионализм и отсутствие знаний:

*«Galutjan, 1. я с дебилами ничего общего никогда не имел и иметь не буду, так что к братанам своим - в песочницу. 2. Мясорубка сия придумана хрен знает когда, причем в Германии немецким изобретателем Карлом Дрезом, причем в 19 веке <...> 3. Если все сказанное выше - не понятно для вашей одной извилины, лучше валите туда, откуда вылезли. Направление подсказать?»*

В числе других выявленных инвектив: *имбецил, кувалда, чудик, лепила, утырок, тормоз, нытик, неудачник.*



Отрицательно-оценочные жанры осуждения, обвинения и оскорбления в контексте профессиональной сетевой коммуникации носят несколько противоречивый характер. С одной стороны, безусловна некооперативная направленность данных жанров, повышающих уровень вербальной агрессии в сообществе. С другой стороны, отрицательные оценки инициальных постов и комментариев к ним – это способ саморегуляции профессионального сетевого сообщества, которое маркирует материалы, высказывания и действия участников как несоответствующие профессиональным нормам и стандартам. Иными словами, отрицательно-оценочные жанры выполняют и регулирующую функцию – функцию поддержания профессиональных ценностей: здравого смысла, осведомленности, компетентности.

Положительная оценка в сетевой коммуникации профессионалов представлена жанром **одобрения** и направлена главным образом на обучающие материалы, которые становятся доступным участникам групп: электронные книги, видеоматериалы, схемы, фотографии профессиональной направленности. Так, в следующих примерах положительная оценка обучающих ресурсов выражается как лексикой с положительной семантикой (*лучшая, помогла, нужна*), в том числе заимствованной лексической единицей, характерной для разговорного стиля молодежи (*топовый* – от англ. *top*), так и развернутым указанием на положительный результат (*времени по минимуму тратишь*):

*«Лучшая книга! Очень помогла мне! На мой взгляд она нужна, для того что бы начать»;*

*«Вадим, просто топовый курс, времени по минимуму тратишь, а всю суть докера и как его юзать – понимаешь».*

Как видим, качественный обучающий материал представляет ценность для участников профессиональных сообществ.

### Выводы

Итак, анализ материала подтверждает выдвинутое нами ранее положение о том, что сетевые группы можно рассматривать в терминах групп реальных, как организованные сообщества людей, объединенных общей профессиональной деятельностью и общими ценностями. Ценностные ориентиры лежат в основе создания интернет-сообществ и поэтому получают выражение в жанре самопрезентации сообщества, определяя круг вступающих в него. Обмен опытом и практическими навыками, ценность доверия коллегам и авторитетному мнению, признание высокого статуса хорошего специалиста, верность профессии, творческий и качественный подход к делу – все эти ценности проявляются и в других отмеченных в работе жанрах: обмене мнениями, просьбе, обращении за советом, совете, благодарности, отрицательно- и положительно-оценочных жанрах. Важно отметить, что жанры некооперативной направленности, такие как осуждения, обвинения и оскорбления, также выполняют регулятивную функцию в сообществе для поддержания профессиональных ценностей: здравого смысла, осведомленности, компетентности. Таким образом, ценность профессиональной компетентности занимает первое место, отодвигая на задний план вежливость коммуникативного поведения.

На основании ценностных ориентиров, актуализируемых в разных жанрах, создается модель участника профессиональных интернет-групп: это человек, обладающий необходимым набором знаний, готовый учиться и развиваться профессионально, нацеленный на результат и качественно выполняющий свою работу, уважающий свою профессию и себя как специалиста, однако готовый при необходимости обратиться за помощью к опытным единомышленникам или дать совет нуждающемуся.

Поскольку настоящая работа является пилотным проектом, мы не утверждаем, что список выделенных ценностей и речевых жанров является исчерпывающим. Дальнейшее



изучение материала, а также привлечение других категорий анализа видятся нам перспективным направлением исследований коммуникации в молодежных сетевых сообществах.

Результаты исследования могут быть использованы для построения теоретических моделей цифровой коммуникации. Кроме того, осмысление ценностей, актуализируемых в молодежных сетевых сообществах, имеет практическую ценность при разработке и корректировании органами власти государственной молодежной политики.

### Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. 1992. Жанры общения. В кн.: Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис. Под ред. Т.В. Булыгиной. М., Наука: 52–56.
2. Бахтин М.М. 1986. Проблема речевых жанров. В кн.: Эстетика словесного творчества. Под ред. М.М. Бахтина. М. Искусство: 250–296.
3. Горошко Е.И., Полякова Т.Л. 2015. К построению типологии жанров социальных медий. Жанры речи, 2 (12):119–127.
4. Данкова Н.С., Дубровская Т.В. 2018. Групповая идентичность байкеров в аксиологическом аспекте (на материале Интернет-коммуникации). Научный диалог, 7: 53–65.
5. Дементьев В.В. 2016. Аксиологическая генристика: аспекты проблемы «Оценка и жанр». Жанры речи, 2 (14): 9–24.
6. Дубровская Т.В. 2016. Жанр «письмо из упаковки»: дискурсивное конструирование автора и адресата. Жанры речи, 1(13): 128–136.
7. Дубровская Т.В. 2019. «Любови достойна только мать и Гелендваген 5.5»: пацанская лирика как жанр молодёжного интернет-дискурса. Жанры речи, 1 (21): 56–65.
8. Дубровская Т.В. 2014. Речевые жанры «осуждение» и «обвинение» в русской и английской лингвокультурах. Пенза, Изд-во ПГУ, 272 с.
9. Карасик В.И. 2019. Жанры сетевого дискурса. Жанры речи, 1 (21): 49–55.
10. Мандель Б.Р. 2016. Современная организационная психология. Модульный курс. М.-Берлин, Директ-Медиа, 446 с.
11. Миф о возрасте аудиторий «ВКонтакте» и «Одноклассников»: В чём их отличие на самом деле. 2015. URL: <https://vc.ru/marketing/7716-vk-ok> (дата обращения: 01.09.2019).
12. Привалова И.В., Купцова Н.В. 2016. Электронная коммуникация молодежи. Саратов, Изд-во Сарат. гос. мед. ун-та, 136 с.
13. Стексова Т.И. 2014. Комментарий как речевой жанр и его вариативность. Жанры речи, 1-2 (9-10): 81–88.
14. Усачева О.Ю. 2010. К определению понятия «Жанр Интернета» и построению модели жанра в среде Интернет. Мир русского слова, 1: 51–57.
15. Федосюк М.Ю. 1997. Нерешенные вопросы теории речевых жанров. Вопросы языкознания, 5: 102–120.
16. Lüders M., Prøitz L., Rasmussen T. 2010. Emerging media personal genres. New media & Society, 12 (6): 947–963.
17. Orlikowski W., Yates J. 1994. Genre repertoire: Structuring of communicative practices in organizations. Administrative Science Quarterly, 39: 541–574.

### References

1. Arutjunova N.D. 1992. Zhanry obshhenija [Communication genres]. In: Chelovecheskij faktor v jazyke: Kommunikacija, modal'nost', dejksis [Human factor in the language: Communication, modality, deixis]. Ed.: T.V. Bulygina. M., Nauka: 52–56.
2. Bahtin M.M. 1986. Problema rechevyh zhanrov [The problem of speech genres]. In: Jestetika slovesnogo tvorchestva [Aesthetics of verbal creation]. Ed.: M.M. Bakhtin. M., Iskusstvo: 250–296.
3. Goroshko E.I., Poljakova T.L. 2015. K postroeniju tipologii zhanrov social'nyh medij [The construction of genre typology of the social media]. Zhanry rechi [Speech genres], 2 (12):119–127.
4. Dankova N.S., Dubrovskaya T.V. 2018. Gruppovaja identichnost' bajkerov v aksiologicheskom aspekte (na materiale Internet-kommunikacii) [Axiology of Bikers' Group Identity (based on the Internet Communication)]. Nauchnyj dialog [Scientific Dialogue], 7: 53–65.

5. Dement'ev V.V. 2016. Aksiologicheskaja genristika: aspekty problemy «Ocenka i zhanr» [Axiological genre studies: aspects of the problem “Assessment and genre”]. Zhanry rechi [Speech genres], 2 (14): 9–24.
6. Dubrovskaya T.V. 2016. Zhanr «pis'mo iz upakovki»: diskursivnoe konstruirovanie avtora i adresata [Genre “Letter in the pack”: discursive construction of the addresser and the addressee] Zhanry rechi [Speech genres], 1(13): 128–136.
7. Dubrovskaya T.V. 2019. «Ljubvi dostojna tol'ko mat' i Gelendvagen 5.5»: pacanskaja lirika kak zhanr molodjozhnogo internet-diskursa [“Only Mother and Geländewagen 5.5 Deserve Love”: Busters’ Lyrics as a Genre of the Youth Internet Discourse]. Zhanry rechi [Speech genres], 1 (21): 56–65.
8. Dubrovskaya T.V. 2014. Rechevye zhanry «osuzhdenie» i «obvinenie» v russkoj i anglijskoj lingvokul'turah: monografijah [Speech genres “deprecation” and “accusation” in Russian and English linguocultures: monograph]. Penza, PSU, 272 p.
9. Karasik V.I. 2019. Zhanry setevogo diskursa [Genres of Network Discourse]. Zhanry rechi [Speech genres], 1 (21): 49–55.
10. Mandel' B.R. 2016. Sovremennaja organizacionnaja psihologija. Modul'nyj kurs [Modern organizational psychology. Modular course]. M.-Berlin, Direkt-Media, 446 p.
11. Mif o vozraste auditorij «VKontakte» i «Odnoklassnikov»: V chjom ih otlicie na samom dele. 2015 [Myth about the age of the audiences of “VKontakte” and “Odnoklassniki”: What is their difference indeed]. Available at: <https://vc.ru/marketing/7716-vk-ok> (accessed: 01.09.2019).
12. Privalova I.V., Kupcova N.V. 2016. Jelektronnaja kommunikacija molodezhi [Digital communication of the youth]. Saratov, Saratov State Medical University, 136 p.
13. Steksova T.I. 2014. Kommentarij kak rechevoj zhanr i ego variativnost' [Comment as a speech genre and its variability]. Zhanry rechi [Speech genres], 1-2 (9-10): 81–88.
14. Usacheva O.Ju. 2010. K opredeleniju ponjatija «Zhanr Interneta» i postroeniju modeli zhanra v srede Internet [The Internet Genre: To The Problem of Linguistic Defining And Modeling]. Mir russkogo slova [The world of Russian word], 1: 51 – 57.
15. Fedosjuk M.Ju. 1997. Nereshennye voprosy teorii rechevyh zhanrov [Pending issues of speech genre theory]. Voprosy jazykoznanija [Topics in the study of language], 5: 102–120.
16. Lüders M., Prøitz L., Rasmussen T. 2010. Emerging media personal genres. *New media & Society*, 12 (6): 947–963.
17. Orlikowski W., Yates J. 1994. Genre repertoire: Structuring of communicative practices in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 39: 541–574.

### **Ссылка для цитирования статьи For citation**

Данкова Н.С., Дубровская Т.В. 2019. Жанры профессиональных интернет-сообществ в аксиологическом аспекте. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки.* 38 (4): 551–561. DOI 10.18413/2075-4574-2019-38-4-551-561

Dankova N.S., Dubrovskaya T.V. 2019. Axiology of genres in professional communities on the internet. *Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities series.* 38 (4): 551–561 (in Russian). DOI 10.18413/2075-4574-2019-38-4-551-561