

Е.П. Буторина

РГГУ

Общение в сети Интернет на естественном языке порождает ряд проблем, связанных как с организацией поиска информации в полнотекстовых массивах, так и с принципами построения текстов, имеющих максимальные шансы быть найденными и оптимальным образом воздействовать на целевую аудиторию.

Прежде всего, усиливаются требования к поисковым машинам, поскольку возрастают массивы текстов на естественном языке, следовательно механизмы поиска должны быть ориентированы на структуру текста в целом, так как поиск только по ключевым словам даёт много информационного шума. Крайне актуальной становится реализация механизмов, сортирующих тексты с отрицательными/псевдоотрицательными конструкциями (известно, что простое вхождение НЕ/НИ в высказывание на русском языке не всегда означает его отрицательность), а также механизмов, устанавливающих условную эквивалентность текстов на естественном языке (хотя бы на уровне тематики). Решение этих задач позволит сделать поиск информации более точным.

В области распространения информации (прежде всего, в СМИ) актуальным представляется исследование следующих проблем.

Необходимо учитывать, что помимо культуры личных контактов и культуры составления письменного текста (чтения) возникает культура организации информации на экране. В связи с тем, что оптимально воспринимается текст определённой структуры, помещающийся на экран целиком (подробности оформляются в виде гипертекстовых ссылок), предстоит ответить на ряд вопросов: какая структура текста является оптимальной для восприятия с экрана, какова должна быть структура предложений такого текста?

Систему гипертекстовых ссылок следует строить с учётом того, что текст могут читать люди из других стран и регионов, из других социальных стратов, поэтому фоновые знания жителей региона или людей, принадлежащих к тому или иному языковому коллективу, часто необходимо выражать эксплицитно (текст и/или рисунки). Таким образом, в тексте на естественном языке, представленном в Интернет, требования к эксплицитности изложения зачастую выше, чем в письменном тексте, используемом в других ситуациях.

В то же время для средств массовой информации важным является не только сделать текст понятным для большего числа людей, но и построить его так, чтобы он оказывал оптимальное влияние на лидеров мнений - людей определённого возраста, образования, уровня обеспеченности. Это также задаёт параметры структуры и лексического наполнения текста.

В плане распространения информации нельзя не отметить возможность организации полилога для обсуждения ряда вопросов (это создаёт эффект причастности получателя информации к её добычанию и представлению, позволяет вовлечь в проблему, создаёт впечатление того, что проблема важна и обсуждается очень широко). Для ПР-технологий важна возможность работы со слухами, создание банков мнений и гипотез, что позволяет оказывать влияние на формирование общественного мнения.

Особое внимание во всех этих случаях уделяется дифференциации стилей речи, что позволяет более точно настроиться на аудиторию, чем традиционные монологические средства информации.

Стиль коммуникации в Интернет имеет ряд особенностей. В частности, на возникновение особого стиля коммуникации оказывают влияние такие факторы, как анонимность, отсутствие непосредственного слухового или зрительного контакта, быстрота передачи информации. Это приводит к возникновению особого вида речевой деятельности: письменной разговорной речи. У неё есть ряд особенностей:

- .. это речь чаще всего образованных людей: в ней много терминов, сложных конструкций, коммуниканты легко переходят с одного естественного языка на другой;
- .. в этой речи много игры: использование мистификаций, ненормативной лексики, стилизации, условных сокращений, “смайликов” (изучение системы которых представляет собой отдельную семиотическую задачу) и т.п.;
- .. круг обсуждаемых проблем крайне широк;
- .. число собеседников (например, участвующих в чатах) не ограничено, они могут вступать в беседу и покидать её на любом этапе;
- .. к тексту на естественном языке довольно легко подключается изображение, а при желании и звук.

Несмотря на богатство возможностей организации интерактивного общения, в самом общении часто наблюдаются серьёзные проблемы именно в силу его игрового характера. В ряде случаев у авторов текстов, помещённых в Интернет, появляется возможность шлифовать текст, пользуясь непосредственными реакциями читателей, проблема зачастую в том, что большинство таких реакций малоинформативно, поскольку из параметров ситуации общения исключается, с одной стороны, непосредственный контакт собеседников (что накладывает определённые ограничения на текст), а с другой - необходимость определённым образом оформлять и оплачивать пересылку текста по почте (что также гарантирует хотя бы минимальную осмысленность и нормативность текста) .

Значительную часть текстов в Интернет представляют собой документы делового общения. Они также имеют ряд особенностей по сравнению с текстами на классических носителях, поскольку, с одной стороны, могут быстро циркулировать, с другой - лишены подписей.

И в заключение нельзя не упомянуть о такой особенности естественного языка в Интернет, как существование Ruglish - языка для неформальной переписки по электронной почте, когда из-за ограниченности технических возможностей русскоязычные тексты передаются латиницей и имеют многочисленные английские вкрапления.

Таким образом, появление Интернет и его широкое распространение послужили причинами возникновения новых явлений в коммуникации на естественном языке, имеющих различную природу и проявляющихся по-разному, но представляющих значительный интерес как с точки зрения теоретического осмысления, так и с точки зрения возможных приложений.

