УДК81'42:004=111

ЖАНР ТВИТТИНГ В СФЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: ОСНОВНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Т.Л. Полякова (Харьков)

В статье рассматриваются вопросы исследования новой формы коммуникации – политической интернет-коммуникации, появление которой обусловило возникновение новых интернет-жанров. Анализ языкового оформления данных жанров является одним из предметов исследования новой области языкознания – политической интернет-лингвистики. В статье анализируются основные коммуникативные характеристики жанра твиттинг в сфере политической интернет-коммуникации, влияющие на выбор автором языковых средств при написании твитов.

Ключевые слова: интернет-жанр, коммуникативные характеристики, политическая интернет коммуникация, политическая интернет-лингвистика, Твиттер, твиттинг.

Полякова Т.Л. Жанр твіттінг у сфері політичної інтернет-коммунікації: основні комунікативні характеристики. У статті розглядаються питання дослідження нової форми комунікації – політичної інтернет-комунікації, поява якої зумовила виникнення нових інтернет-жанрів. Аналіз мовного оформлення даних жанрів є одним з предметів дослідження нової галузі мовознавства – політичної інтернет-лінгвістики. У статті аналізуються основні комунікативні характеристики жанру твіттінг у сфері політичної інтернет-комунікації, що впливають на вибір автором мовних засобів при написанні твітів.

Ключові слова: інтернет-жанр, комунікативні характеристики, політична інтернет-комунікація, політична інтернет-лінгвістика, Твіттер, твіттінг.

Poliakova T. Genre Twitting in the sphere of political internet-communication: the main Internet-communicative characteristics. The article addresses the problems of a new form of communication – political Internet-communication. Its appearance led to the emergence of new digital genres. The analysis of the linguistic design of these genres is one of the research subjects of the new field of linguistics – political Internet-linguistics. The paper analyzes the main communicative characteristics of the genre twitting in the sphere of political Internet-communication and their role in choosing language means when writing tweets.

Keywords: digital genre, communicative characteristics, political Internet-communication, political Internet-linguistics, Twitter, twitting.

Одной из существенных особенностей современного общества является применение новых информационных технологий, в том числе и глобальной сети Интернет, во всех сферах общественной жизни человека. Не стала исключением и сфера политики, что подтверждается появлением в политической коммуникации таких новых терминов, как, например, *сетевая политика*, *политический интернет*, *киберполитика*, *цифровая (дигитальная) демократия*, *коммуникационная демократия*, *кибердемократия*, *электронное правительство*, *электронное гражданство* и *компьютерно-опосредованная политическая коммуникация* [5, с. 156]. Одним из базовых терминов новой коммуникативной среды стал термин *политическая интернет-коммуникация*, определяемый нами как речевая деятельность, направленная на передачу определенной политической информации, пропаганду тех или иных политических идей, эмоциональное воздействие на граждан при помощи сети Интернет.

© Полякова Т.Л., 2014

Активное использование Интернета в целях коммуникации в политической сфере ставит вопрос об изучении языка, обслуживающего данную сферу коммуникации, что позволяет говорить о появлении нового направления языкознания – *политической интернет-лингвистики*. Одной из важных областей исследования данного направления стал анализ новых интернет-жанров, а именно изучение языка, обслуживающего политическую интернет-коммуникацию.

Таким образом, объектом данного исследования является англоязычная интернет-коммуникация, осуществляемая с помощью коммуникативного сервиса Твиттер.

Предметом исследования являются основные коммуникативные характеристики *твиттинга* – интернет-жанра, обеспечивающего общение с помощью интернет-сервиса Твиттер в сфере политической интернет-коммуникации.

Целью данной работы является анализ основных коммуникативных характеристик жанра твиттинг, их влияние на выбор автором языковых средств при написании твитов.

Материалом исследования послужили 5561 сообщение, собранные с официальных домашних страниц десяти наиболее популярных (по количеству последователей) в Твиттере политических деятелей США.

Изучение политической интернет-коммуникации привлекает исследователей разных направлений: политологии [9], социологии, социолингвистики, психолингвистики [4; 7]. Что касается лингвистического исследования новых интернет-жанров, используемых в сфере политики, то работ по данной теме на настоящий момент не так много [2; 5], что и обуславливает актуальность исследования.

Итак, большое влияние на выбор политическим деятелем языковых средств во всех интернет-жанрах оказывают коммуникативные характеристики, характерные для каждого интернет-жанра.

В процессе анализа языкового оформления сообщений жанра твиттинг в сфере политики был выявлен рядкоммуникативных черт, влияющих на выбор автором языковых средств при написании твитов. К данным характеристикам жанра твиттинг, используемого в политической сфере, можно отнести краткость сообщений, их относительную экспрессивность, информативность, персуазивность, интертекстуальность.

Краткость сообщений обусловлена функциональным ограничением длины твитов до 140 знаков с учетом пробелов и знаков препинания и говорит о лаконичности жанра твиттинг. В 140 знаках должна поместиться вся информация, которую намерен донести автор: имена пользователей, цитаты, личное сообщение, ссылки.Однако, если все-таки необходимо удлинить сообщение, используются знаки < и >, которые указывают на то, что продолжение будет в следующем твите или что данный твит связан с предыдущим. Также существуют специальные программы, которые удлиняют твиты (например, *Twitlonger*). Данные программы позволяют вставить более длинное сообщение в более короткое.

Небольшой объем текста, четкая структура положительно влияют на его зрительное восприятие другими пользователями. Имея в своем распоряжении только 140 знаков, автор старается в максимально сжатой и доступной форме передать информацию, что на синтаксическом уровне проявляется, например, в использовании преимущественно простых предложений:

Barack Obama @BarackObama
POTUS on Romney's tax plan: "They have tried to sell this trickle-down snake oil before. It didn't work then, it didn't work now."

Данный пример иллюстрирует использование простых предложений, которые способствуют четкому восприятию идеи, передаваемой политическим деятелем.

Ограниченный объем твита также влияет на использование большого количества ссылок в исследуемом жанре:

Jerry Brown @JerryBrownGov
Samsung's major new investment in California will create jobs and boost the economy. http://t.co/lKzQQi2M

Употребление ссылок способствует раскрытию идеи, изложенной в тексте сообщения в виде тезисов. Так, в предложенном сообщении представлена ссылка на полный текст статьи, посвященной встрече губернатора Джерри Брауна с президентом компании Самсунг по поводу расширения деятельности данной компании в г. Сан Джоуз.

Относительная **экспрессивность** сообщений – «… в лингвистике – характеристика языковых единиц и речевых актов, как средств выражения субъективного (личного) оценочного отношения говорящего к содержанию или адресату речи. Экспрессивность усиливается паралингвистическими средствами общения» [10].

Маркерами экспрессивности в жанре твиттинг в сфере политики на графическом уровне является выделение слов и предложений заглавными буквами, множественное написание знаков препинания:

Cory Booker @CoryBooker
WHAT! We've SIGNIFICANTLY increased funding 4 youth programs/opportunities. RT @Flii_Yezzy @TEEIAMYBE: But he cuts funding 4 youth programs

В примере используется написание слов заглавными буквами. Данный прием является важным графическим стилистическим средством, целью которого является акцентирование внимания пользователей на наиболее важных, с точки зрения автора, лексических единицах. Использование графических средств является важным средством интонационного выделения высказывания или его части, что крайне важно ввиду письменной формы коммуникации в жанре твиттинг.

К маркерам экспрессивности на лексическом уровне можно отнести, например, использование в твитах политической сферы междометий (*Ha*, *Ugh*, *Wow* и др.):

John McCain @SenJohnMcCain
#Syrian opposition calls for no-fly zone, which Sec Clinton says she'll "study" – wow http://t.co/L9IOQSIO

Данные слова служат только средством передачи чувств говорящего, его эмоционального отношения к высказыванию и придают сообщению, ввиду общей логичности и последовательности высказывания, определенную экспрессивность.

Одним из примеров маркеров экспрессивности на морфологическом уровне является, например, использование в твитах прилагательных с положительной и отрицательной оценкой, которые являются важным стилистическим средством, повышающим экспрессивность высказывания и придающим высказыванию эмоциональную окраску.

На синтаксическом уровне примером маркеров экспрессивности может служить употребление номинативных предложений, придающих высказыванию особую выразительность, что способствует установлению контакта между автором и адресатом.

Таким образом, вышеперечисленные примеры маркеров экспрессивности, усиливающие смысл высказывания, способствующие приданию логичности содержания различных экспрессивных оттенков, представлены на всех уровнях языка в сообщениях жанра твиттинг. Однако, как показало исследование, все политические деятели используют данные средства с разной степенью интенсивности, что и обуславливает «относительность» данной характеристики для жанра твиттинг, используемого в сфере политики. Использование средств, повышающих экспрессивность высказывания, выявлена, в основном, в твитах тех политиков, в речи которых доминирует фатическая функция.

Информативностьпредставляет собой важную текстовую категорию, поскольку целью любого текста является передача информации [3, с. 231], а в жанре твиттинг, который используется в сфере политики, информативная функция является одной из основных функций коммуникации. «Информативность текста – это степень его смысло-содержательной новизны для читателя, которая заключается в теме и авторской концепции, системе авторских оценок предмета мысли» [1, с. 60].

Способ представления информации в исследуемом жанре, которая касается, преимущественно, планов политического деятеля, его политической платформы, его мнения по поводу своих оппонен-

тов, ситуации в стране, можно скорее назвать экономным, при котором информация часто подается в виде тезисов. Данная особенность связана с функциональным ограничением длины твитов до 140 знаков. Однако информативность может быть повышена путем увеличения объема информации при помощи ссылок на полный текст сообщения, видеоролики, аудиоматериалы, т.е. вводится дополнительная информация, «… которая конкретизирует, поясняет, расширяет знания о предмете сообщения» [3, с. 239]. Таким образом, важным способом повышения информативности в жанре твиттинг можно назвать гипертекстуальность:

Jerry Brown @JerryBrownGov
This transformational project at the Port of Oakland will create 5,000 jobs in the Bay Area. http://t.co/qxCZ8EWY

В представленном примере сообщается о новом проекте в порту Окленда, в результате которого 5000 человек смогут получить работу. В конце твита представлена сноска на полный текст статьи губернатора Джерри Брауна по поводу выделения федеральной помощи в размере 15 млн долларов на развитие порта. К маркерам информативности в данном сообщении можно также отнести упоминание имен собственных (*the Port of Oakland*, *the Bay Area*), указание количества рабочих мест (*5,000 jobs*).

Дополнительными маркерами информативности в жанре твиттинг, при его использовании в сфере политики, можно назвать графическое выделение заглавными буквами таких слов, как, например, VIDEO, PHOTO, способствующих акцентированию внимания пользователей:

Barack Obama @BarackObama
VIDEO: Welcoming home our veterans. http://t.co/oV0TYQhj

Персуазивность подразумевает воздействие на адресата с целью его мобилизации для выполнения определенных действий. «Граждане побуждаются передать власть определенной партии (или политику), оказать этой партии иную поддержку, действовать в соответствии с принимаемыми этой партией решениями» [9, с. 84]. Персуазивность в жанре твиттинг, направленная на обращение к пользователям прийти на выборы, проголосовать за ту или иную политическую партию и политического деятеля, принять участие в митингах и т.д., реализуется при помощи различных языковых средств. Наиболее частотной формой апеллирования в исследуемом жанре можно назвать употребление глагола в повелительной форме:

Mitt Romney @MittRomney
Sign the petition and stand with me if you believe these high unemployment numbers are unacceptable http://t.co/wx8eRsEz

Также для апелляции к адресату встречаются случаи употребления эксплицитных перформативов [6, с. 209]:

Newt Gingrich @newtgingrich
I encourage the people of AZ-5 to send a real leader to Congress. Join me in supporting @KirkAdams. http://t.co/Amjnw8dr

В данном сообщении перформативная экспликация реализуется путем использования глагола *encourage*.

Наиболее эффективным способом апелляции к адресату, связанной с рекомендацией выполнить действие, является использование конструкций с модальными глаголами:

Barack Obama @BarackObama
Congress should work with President Obama to extend tax cuts for small business owners: http://t.co/sj8JDLdH

Использование формы модального глагола в данном примере указывает на пожелания политического деятеля, его намерения, а также несет императивный характер и повышенное идеологическое значение в политической сфере коммуникации.

Интертекстуальность представляет собой использование в авторском тексте чужого текста [3, с. 141]. Интертекстуальность является важной текстовой категорией, которая отражает соотнесенность одного текста с другими, взаимодействие текстов в процессе их функционирования [8, с. 104].

Проведенный анализ показал, что в сообщениях жанра твиттинг в сфере политики представлены следующие виды проявления интертекстуальности:

- использование цитат другого пользователя, маркерами которого в большинстве случаев являются буквы *RT*:

Gavin Newsom @GavinNewsom

RT @BarackObama: Use this tax calculator to find out which candidate is fighting for the middle class: http://t.co/0DjAHRPN

- цитата самого автора из его прошлых выступлений, что характерно, например, для твитов Барака Обамы:

Barack Obama @BarackObama

RT @Obama2012: President Obama: "Every entrepreneur should have the chance to start a business – no matter who you are or what you look like."

- цитирование изречений известных писателей, политиков, философов:

Cory Booker @CoryBooker

"I don`t like that man. I must get to know him better." AbrahamLincoln

- использование ссылок, обусловленное техническим каналом связи в интернет-коммуникации:

Al Gore @algore

Record melting in the Arctic: http://t.co/seOLPGzz

- прецедентные высказывания [9, с. 114], представляющие собой цитаты, афоризмы, пословицы, а также отдельные слова и выражения, «… по которым опознается коммуникативная практика известного человека» [там же, с. 115]:

Arnold @Schwarzenegger

RT @LeosAMovieGuy: Happy @Expendables2 Day everyone!! *@Schwarzenegger and @TheSlyStallone are BAAACK!*

Данный твит является цитатой пользователя @LeosAMovieGuy, в части которой (*@Schwarzeneggerand @TheSlyStalloneare BAAACK!*) легко узнается известная фраза Арнольда Шварценеггера – *I'll be back!*, повышающая эмоциональность высказывания и привнося в сообщение элементы языковой игры.«Таким образом, интертекстуальные включения, благодаря контакту «своего» и «чужого», создают условия для сущностных (как смысловых, так и структурных) трансформаций текста. Текст в тексте – это не просто элемент эрудиции автора или чисто внешнее украшение. Текст в тексте способен подчеркнуть или проявить доминантные смыслы основного текста, открыть иной смысл, рожденный в результате наложения смыслов, а также создать разные уровни восприятия текста в целом» [3, с. 154].

Таким образом, можно сделать вывод, что особенности политической коммуникации в сети Интернет несомненно создают определенные трудности при исследовании языка в целом и языковых средств, которые используются в жанрах политической интернет-коммуникации, в том числе и в жанре твиттинг, т.к. в отличие от традиционной политической коммуникации, где использование языковых средств подчинено четким правилам и ограничениям, где присутствует свой языковой этикет, в политической интернет-коммуникации на первое место нередко начинает выходить языковая личность политического деятеля, что не может не влиять на выбор языковых средств. Наряду с традиционными языковыми средствами в сообщениях жанра твиттинг также отмечаются случаи употребления средств, характерных для интернет-коммуникации в целом – использование графического написания слов, множественное написание знаков пунктуации, пренебрежение пунктуацией и др. Кроме того, анализ языка усложняется возможностью использования в вербальном тексте аудио и видео фрагментов.

Выбор автором языковых средств, стиля изложения в жанре твиттинг, используемого в политической сфере, определяется рядом факторов – целями коммуникации, языковой личностью автора, а также коммуникативными чертами, характерными для данного жанра. Исследование данных характеристик и их влияние на языковое оформление жанра твиттинг при его использовании в других сферах коммуникации (бытовой, деловой, образовательной) представляет большой интерес как для зарубежных, так и для отечественных лингвистов, определяет перспективу дальнейших исследований, а также необходимость разработки новых подходов к изучению данной проблемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабайлова А.Э. Текст как продукт, средство и объект коммуникации при обучении неродному языку: социопсихолингвистические аспекты / А.Э. Бабайлова. – Саратов: Изд-во Саратов.ун-та, 1987. – 151 с. 2. Белякова О.В. Особенности аргументативного дискурса в сфере политической полемики (на материале электронных публикаций о выборах в бундестаг ФРГ 2005 г.) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / О.В. Белякова. – Самара, 2007. – 22 с. 3. Валгина Н.С. Теория текста : учеб.пособие / Н.С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 280 с. 4. Горошко Е.И. Гипертекст 3.0: лингвистический анализ / Е.И. Горошко // Гипертекст как объект лингвистического исследования : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (15 марта 2010 г.). – Самара: ПГСГА, 2010. – С. 14-18. 5. Морозова О.Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы / О.Н. Морозова // Политическая лингвистика. – 2011. – № 1 (35). – С. 156–161. 6. Петлюченко Н.В. Харизматика: мовна особистість і дискурс : монографія / Н.В. Петлюченко. – Одеса : Астропринт, 2009. – 464 с. 7. Пономарева О.А. Актуализация политического имиджа В.В. Путина в российских и американских СМИ) : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка» / О.А. Пономарева. – Волгоград, 2005. – 24 с. 8. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / [под ред. М.Н. Кожиной; члены редколлегии: Е.А. Бажинова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников]. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта, Наука, 2006. – 696 с. 9.Чудинов А.П. Политическая лингвистика : учеб. пособие / А.П. Чудинов. – [4-е изд]. – М. : Флинта, Наука, 2012. – 256 с. 10. Экспрессивность. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://psychology.academic.ru/7269/