

РИСИ ГІБРИДНОСТІ У ЖАНРІ ТВІТІНГ В АНГЛОМОВНІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

Полякова Т. Л.

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені П. Василенка

Статтю присвячено дослідженню питань розвитку інтернет-комунікації. Як наслідок появи інтернет-комунікації, поширення набули інтернет-жанри і мова, що обслуговує цю сферу комунікації. Прикладом інтернет-жанрів є твітінг. У роботі розглянуто основні риси гібридності жанру твітінг. З'ясовано, що вони включають в себе комбінацію двох традиційних форм мови – усної і писемної; синхронний і асинхронний характер комунікації; можливість реалізовувати різні комунікативні функції; високий рівень мультимедійності.

Ключові слова: інтернет-комунікація, інтернет-жанри, твітінг, гібридність, усна і писемна форма мови, комунікативні функції, мультимедійність.

Poliakova T. L. Features of hybridity in twitting in the English-speaking Internet-communication. The article addresses the issues of studying Internet-communication and digital genres, an example of which is tweeting. The language serving Internet-communication has become the subject of research of a new field of linguistics – Internet-linguistics and Internet genres – the subject of research of digital genre studying.

The paper discusses the main features of hybridity of the genre twitting in English Internet-communication. They cover, first of all, the combination of two traditional forms of speech – oral and written. It is closely connected with another display of hybridity in twitting – simultaneously synchronous and asynchronous nature of communication. The main characteristics of the written speech in the genre cover the ability to communicate mainly by means of graphic symbols, remoteness of communicants, absence of the visual contact, presence of hypertext and the ability to correct the text. The peculiarities of the verbal component of the genre, which cannot be attributed to the written speech, cover such characteristics as the use of smileys and emoticons; multiple usage of punctuation marks; writing words and sentences with capital letters; multiple usage of letters in words; alphanumeric spelling of words.

However, in Internet-communication, these forms of speech are closely interconnected with each other, and, despite their unity, they are characterized by their own unique features, which makes it possible to speak about the emergence of a new hybrid form of speech – oral-written.

Another feature of hybridity in twitting is its ability to realize various communicative functions in one message.

There is also such feature of hybridity as a high level of multimedia content – the possibility to use both verbal texts consisting of words and sentences, and graphic elements, animation, photos, audio and video information.

Thus, the development of Internet technologies opens up new opportunities in the field of communication, forms a number of problems to be solved by linguists. One of them is the problem of defining the criteria for identifying digital genres, their analysis and studying the peculiarities of the language functioning in a new communicative environment under the influence of Internet technologies.

Key words: Internet-communication, digital genres, twitting, hybridity, spoken and written speech, communicative functions, multimediality.

Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду. Період кінця ХХ – початку ХХІ ст. безсумнівно вважають періодом глобальних перетворень, часом інформаційних технологій – їх появою, стрімким розвитком і проникненням в усі сфери життя сучасної людини. Не залишилася осторонь і сфера комунікації. Сучасна людина вже не уявляє свого життя без спілкування в соціальних мережах, чатах, форумах, без ведення блогів і мікроблогів. Таким чином, розвиток мережі Інтернет, інформаційних технологій та різноманітних інтернет-сервісів, що з'явилися на їх основі, зумовили постання нового виду комунікації – комп'ютерно-опосередкованої комунікації. Термін *комп'ютерно-опосередкована комунікація* почали використовувати в зарубіжній лінгвістиці в 1990-х роках після його вживання в роботі Н. Барон [4] та в назві електронного видання *the Journal of Computer-Mediated Communication* [6, 1] і послугоувалися ним аж до

виникнення поняття *інтернет-комунікації*. Він термінологічно закріпив традицію дослідження спілкування за допомогою комп'ютера та Інтернету [3, 13].

Однак поява Інтернету привела до виникнення не тільки глобального інформаційного середовища, нового комунікативного простору, особливих віртуальних, мережевих спільнот, культури, але також і мови, що обслуговує цей новий сегмент соціальної реальності і яка стала предметом дослідження нової галузі мовознавства – *інтернет-лінгвістики* [6].

Як показує **аналіз останніх досліджень і публікацій**, початком вивчення інтернет-комунікації можна назвати роботу з аналізу комунікації, яка відбувалася в одній з перших експериментальних комп'ютерних мереж в кінці 1970-х років [10]. Крім того, у фокусі уваги вчених були питання вивчення соціальних і психологічних аспектів комп'ютерно-опосередкованої комунікації [11], дослідження особливостей комунікації під впливом технологій [14],

лінгвістичні аспекти вивчення комунікації в мережі Інтернет [3; 6; 8; 15], тому що з розвитком високих технологій стало можливим говорити про появу особливого функціонального різновиду мови – мови, що обслуговує електронні засоби комунікації, до яких передусім відносять мову Інтернету.

У термінології Д. Кристала «електронну мову», якою послуговуються в Інтернеті, тлумачать як *Netspeak*. На думку дослідника, *Netspeak* є різновидом мови з властивими їй особливостями на графічному, лексичному і синтаксичному рівнях (жаргонізми, скорочення, спеціальна комп'ютерна лексика тощо), для якого характерне використання особливих семіотичних утворень – смайлів [5, 24–48]. В англійській науковій літературі для позначення мови Інтернету слугують також терміни *e-language*, *e-talk*, *wired-style*, *geekspeak*, *netspeak*, *Internet language*, *computer-mediated language*, *computer-mediated discourse*, *online discourse*, *electronic discourse* та ін. [5; 7].

Існує багато причин, чому мову засобів електронної комунікації вважають функціональним різновидом мови. Одна з них – це те, що вона ініціювала виникнення нової системи мультимедійних жанрів та жанрових форматів і в результаті сприяла розвитку нового напрямку в теорії конвенціональних жанрів – віртуального жанрознавства [2, 791–793], центром уваги якого є дослідження загальнотеоретичних питань вивчення жанрів Інтернету [3, 21–27].

Серед піонерів дослідження інтернет-жанрів, що беруть свій початок в 1990-х роках, були Дж. М. Свейлс [17], Дж. І. Йейтс, В. Дж. Орліковський [18], які у своєму аналізі жанру електронної пошти вказали на особливості його технічного формату і норм використання. Опис окремих інтернет-жанрів подибуємо в роботах Н. Мейнор [12], Г. Майерс [13].

Дослідження жанрової системи в сфері інтернет-комунікації є досить складним процесом, тому що жанрова форма ніколи не існує як статична нейтральна форма. Навпаки, жанри в мережі Інтернет внаслідок впливу технологій постійно видозмінюються, з'являються нові, зникають старі, що впливає на мову, яка їх обслуговує.

Прикладом нових інтернет-жанрів є твітінг, який визначаємо як інтернет-жанр, що забезпечує спілкування за допомогою інтернет-сервісу Твіттер. Його основна комунікативна одиниця – твіт, тобто повідомлення у формі короткого тексту, обмеженого 280 знаками.

Твіттер як один з найбільш популярних на сьогодні інтернет-сервісів був заснований 2006 року колективом співробітників компанії *Odeo* (США). Твіттер відрізняє швидкість створення домашньої сторінки, наявність зручної пошукової системи в межах усіх слів і словосполучень, поширених у його просторі.

Однак не тільки звичайні користувачі активно використовують Твіттер як майданчик для міжособистісного спілкування. Свої акаунти в Твіттері мають найбільші світові компанії – *Dell*, *Whole Foods Market*, *Zappos*, *JetBlue*, *Comcast*, *New York Times*, *Southwest Airlines* та ін. Основними цілями

використання Твіттера в діловій сфері є інформування користувачів про вихід нової продукції, здійснення зворотного зв'язку з клієнтами, пошук нових партнерів та ін.

Відзначено широке використання ресурсів соціальної мережі Твіттер найбільшими у світі навчальними закладами. Так, свої сторінки у Твіттері мають такі університети, як *Harvard University*, *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*, *Stanford University*, *Yale University*, *Ohio State University*, *Princeton University* і багато інших. У сфері освіти Твіттер став важливим і ефективним інструментом залучення учнів до роботи як в умовах дистанційної, так і традиційної освіти.

Не залишилися осторонь і сфера політики. Серед десяти найбільш популярних за кількістю користувачів у Твіттері акаунтів американських політичних діячів акаунти Д. Трампа, Б. Обами, Х. Клінтона, Б. Клінтона та ін. Політики широко використовують Твіттер для зв'язку з громадськістю, просування свого політичного іміджу, тобто використовують його як прес-центр для зв'язку з громадянами, що особливо важливо при проведенні передвиборчих кампаній. Цей інтернет-сервіс дозволяє збільшувати електорат, створювати групи підтримки політичних діячів, викладати останні новини, аудіо та відеоматеріали, налагоджувати контакти з прихильниками з різних штатів, країн.

Проведений аналіз інтернет-жанру твітінг, сформованого на основі сервісу Твіттер, дав змогу виділити такі його основні характеристики:

- високий рівень інтерактивності [16] – залишені на сайті твіти користувачів формують публічно доступну стрічку повідомлень;
- можливість використовувати цитати інших користувачів – ретвіти (англ. *retweets*);
- повідомлення можуть бути присвячені обговоренню конкретної теми;
- можливість висловлювати основну думку в повідомленні (не більше 280 символів), що особливо зручно, коли повідомлення надіслане, наприклад, з мобільного пристрою;
- високий рівень оперативності – користувач може почати спілкуватися в Твіттері відразу ж після реєстрації;
- високий рівень мультимедійності – параметр, що полягає в одночасному використанні в процесі комунікації як вербального тексту, який складається зі слів і речень, так і графічних елементів, анімації, фотографій, аудіо та відеоінформації;
- наявність зручної пошукової системи у межах усіх слів і словосполучень, які поширені в Твіттері;
- можливість адресувати повідомлення або групі осіб, обраних користувачем, або відкритій аудиторії;
- можливість спілкування як в синхронному, так і в асинхронному режимі;
- гібридність.

Отже, велика популярність інтернет-жанру твітінг серед користувачів в усіх сферах сучасного суспільства, з одного боку, та недостатня вивченість деяких лінгвістичних особливостей жанру, – з іншого, і зумовили **актуальність** пропонованої розвідки.

Формулювання мети і завдань статті. Завданням дослідження є спроба розглянути основні особливості гібридності в жанрі твітінг в англomовній інтернет-комунікації. Відповідно до завдання в роботі використано загальнонаукові методи дослідження, що включають в себе метод аналізу інформації – для виділення основних напрямків дослідження інтернет-лінгвістики і віртуального жанрознавства; метод порівняння – для встановлення основних подібностей і відмінностей мовного оформлення твітів в інтернет-комунікації; метод опису, що дає змогу порівнювати, узагальнювати і класифікувати мовний матеріал – близько 1000 повідомлень, які використовуються у сфері побутової міжособистісної комунікації, а також в освітній, політичній, економічній сферах; метод інтерпретації – для виявлення основної ідеї автора; елементи кількісного підрахунку – для визначення кількісного співвідношення засобів реалізації повідомлень інтернет-жанру твітінг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява інтернет-технологій *веба 2.0*, до основних рис комунікативних сервісів якого можна віднести соціальну взаємодію і створення користувацького контенту [9], привело до виникнення *жанрів 2.0*. Серед цих жанрів стали з'являтися і гібридні жанри, які не мають своїх паперових аналогів та скоріше є «чистими» продуктами інтернет-технологій [1, 12]. Вплив інтернет-технологій у цих жанрах досить великий, за рахунок чого вони вирізняються високим ступенем креалізованості, гіпертекстуальності, оперативності, інтерактивності. До таких нових гібридних жанрів 2.0 можна віднести і твітінг.

Отримані результати показують, що гібридність як найважливіша особливість жанру твітінг, яка також характеризує інтернет-комунікацію в цілому, становить передусім поєднання рис двох традиційних форм мови – усної і писемної.

Аналіз цих форм мовлення тісно пов'язаний ще з одним проявом гібридності в жанрі твітінг – одночасно синхронним і асинхронним характером комунікації. Користувачі можуть обмінюватися повідомленнями як в режимі реального часу, так і бути розділеними в часі, тобто повідомлення та коментарі до них надходять за тривалий відтинок часу.

Серед основних характеристик писемного мовлення інтернет-жанру твітінг – здійснення комунікації в основному за допомогою письмових знаків, дистантність комунікантів, відсутність візуального контакту, наявність гіпертексту і можливість виправляти текст повідомлення.

До особливостей вербального складника жанру, відмінних від писемної мови, належать: використання смайликів і емотиконів; багаторазові розділові знаки з метою передачі емоційного стану автора, вираження емпатичного наголосу, передачі темпу мови або гучності; написання слів і речень із заголовних букв; кількаразове повторення у слові літери; буквено-складове і буквено-цифрове написання слів.

Однак в умовах інтернет-комунікації ці форми мови тісно пов'язані між собою і, незважаючи на їх єдність, відрізняються притаманними кожній з них

характерними ознаками, що дає підстави висновувати про виникнення нового різновиду форми мови – усно-писемної. Мова, яка обслуговує інтернет-комунікацію, реалізуючи писемну форму існування мови, демонструє тенденцію до гібридизації з усною формою, що приводить до формування гібридної усно-писемної форми існування мови.

На ступінь наближеності до усної форми комунікації в жанрі твітінг впливає можливість синхронного спілкування, яка збільшує емоційний характер комунікації, її розмовність і, таким чином, наближає формально писемний характер спілкування до усної форми існування мови.

Ступінь превалювання рис усної / писемної мови в жанрі твітінг детермінований і сферою використання цього жанру – міжособистісна, політична, освітня, ділова.

Зі збільшенням темпу обміну твітами в досліджуваному жанрі зростає ступінь синхронності комунікації, від чого залежить вибір мовних засобів на всіх мовних рівнях. Так, на графічному рівні спостережено використання багаторазових знаків пунктуації, метою яких є інтонаційне виділення висловлювання, передача емоційного стану автора (*#GoDevils!! 2nd win in a row!! Congratulations!*); написання великими літерами деяких слів, груп слів і цілих речень з метою імітації певних просодичних явищ (підвищений тон, бажання акцентувати найбільш важливу, з погляду автора, інформацію) (*WARNING. In 15 minutes, you will see some serious action.*); кількаразове повторення в слові літери (*#7 – \$ 15 million to establish a new grant program to "improve" the U.S. sheep industry. A ba-a-a-a-a-a idea.*). З огляду на відсутність візуального контакту в досліджуваному жанрі, неможливість передати настрій, гучність голосу, тон голосу, ритм, послугоування цими мовними засобами сприяє, хоч і незначною мірою, компенсації названих просодичних явищ.

На лексичному рівні виявом емоційності висловлювання, яка властива усній мові, є використання слів, що мають тільки емоційно-експресивне значення (*Ummm, HaHa, Ha, Ugh, Wow* та ін.), у словотворі – буквено-складове (*btwn – between, ur – your*) і буквено-цифрове написання слів (*in2 – into, 2day – today*).

Мовну експресію в синтаксичній організації експлікують окличні речення; риторичні запитання, які є також важливим засобом діалогізації і сприяють зближенню автора з іншими користувачами; імперативні конструкції; неповні (номінативні) речення, основою яких є ядерний компонент, виражений іменником (*Gr8 day!*); еліптичні речення з опущеними як одним, так і обома головними членами речення (*Looking forward to speaking at #GOP2012 in a few moments – should be fun!*); інверсія (*As president, I will stand up and protect religious freedom whenever it is threatened*), парцеляція, повтори.

Використання всіх перелічених мовних засобів сприяє втіленню в писемній мові ознак усного мовлення.

Наступною ознакою гібридності жанру твітінг є його можливість реалізовувати різні комунікативні функції. В одному твіті можуть поєднуватися кілька

комунікативних функцій. Так, наприклад, у твіті політичної спрямованості одночасно з доміантними інформативною функцією і функцією персуазивного мовного впливу помітними є пов'язані з ними апелятивна, сугестивна функції, а також елементи фатичної функції. Ступінь прояву тієї чи іншої функції знову ж таки залежить від сфери використання жанру. Безсумнівно, велику роль в досліджуваному жанрі відіграє культуруотворювальна функція, оскільки поява мікроблогінгу Твіттер зумовила виникнення своєрідної мережевої спільноти, члени якої об'єднуються в групи за інтересами, регулярно стежать за твітами користувачів, які їх цікавлять, ведуть з ними дискусії з різних питань.

Ще однією ознакою гібридності жанру твітінг є високий рівень мультимедійності – можливості одночасного використання в процесі комунікації як вербального тексту, що складається зі слів і речень, так і графічних елементів, анімації, фотографій, аудіо та відеоінформації, які слугують важливим засобом візуалізації контенту, що вкрай важливо з огляду на обмежений розмір повідомлень в жанрі твітінг (до 280 знаків).

Висновки та перспективи подальших досліджень. На основі проведеного аналізу доходимо

висновку, що нове комунікативне середовище, яким став Інтернет, послугувало своєрідним середовищем виникнення різних інтернет-жанрів, до яких належить і твітінг. Особливості мовного оформлення інтернет-жанрів не могли не зацікавити вчених-лінгвістів. Проблема гібридизації жанрів інтернет-комунікації є складною і суперечливою. Як показало дослідження, усі жанри в комунікативному просторі Інтернету можна розділити на жанри із синхронним і асинхронним характером комунікації, які по-різному відображають ступінь гібридності усної і писемної форми мови в мережі Інтернет. Важливим виявом її є також можливість реалізовувати різні комунікативні функції в одному повідомленні та одночасно використовувати в процесі комунікації як вербальний текст, так і графічні елементи, посилання на фотографії, аудіоінформацію та відеоролики.

Розвиток інтернет-технологій відкриває нові можливості в сфері комунікації, формує ряд проблем, які належить вирішити ученим-лінгвістам. Однією з них є проблема визначення критеріїв для виокремлення інтернет-жанрів, їх аналіз, вивчення особливостей функціонування мови в новому комунікативному середовищі під впливом інтернет-технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении : [монография] / Е. И. Горошко. – Х. : ФЛП Либуркина Л. М., 2009. – 816 с.
2. Иванов Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации / Л. Ю. Иванов // Культура русской речи : [энциклопед. слов.-справ.] / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др. – М. : Флинта – Наука, 2003. – С. 791–793.
3. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация. Лингвистический аспект анализа : [монография] / Л. Ю. Щипицина. – М. : КРАСАНД, 2010. – 296 с.
4. Baron N. S. Computer mediated communication as a force in language change / N. S. Baron // Visible Language. – 1984. – XVIII (2). – P. 118–141.
5. Crystal D. Language and the Internet / David Crystal. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 272 p.
6. Crystal D. Internet Linguistics : A Student Guide / David Crystal. – London and New York : Routledge. Taylor & Francis Group, 2011. – 179 p.
7. Herring S. C. Language and the Internet [Electronic resource] / S. C. Herring // International Encyclopedia of Communication / [ed. by W. Donsbach]. – 2008. – P. 2640–2645. – Access mode : <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/ig.inet.pdf>.
8. Herring S. C. Grammar and Electronic Communication [Electronic resource] / S. C. Herring // Encyclopedia of applied linguistics / [ed. by C. Chapelle]. – Hoboken, NJ : Wiley-Blackwell. Preprint, 2012. – Access mode : <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/e-grammar.2011.pdf>.
9. Herring S. C. Handbook of pragmatics of computer-mediated communication / Susan C. Herring, Dieter Stein, Tuija Virtanen. – Berlin : Mouton, 2013. – 758 p.
10. Hiltz S. R. The network nation : Human communication via computer / S. R. Hiltz, Murray Turoff. – MIT Press Cambridge, MA, USA, 1993. – 589 p.
11. Kiesler S. Social psychological aspects of computer-mediated communication / Sara Kiesler, Jane Seigel, Timothy W. McGuire // American Psychologist. – 1984. – Issue 39 (10). – P. 1123–1134.
12. Maynor N. The language of electronic mail : Written speech? / Natalie Maynor // Centennial usage studies // Publications of the American Dialect Society Series / Michael Montgomery & Greta D. Little (eds.). – Tuscaloosa : the University of Alabama Press, 1994. – Vol. 78. – Issue 1. – P. 48–54.
13. Myers G. The discourse of blogs and wikis / Greg Myers. – London Continuum, 2010. – 180 p.
14. Rice R. E. The new media: communication, research and technology / R. E. Rice & Associates. – Beverly Hills, CA : Sage, 1984.
15. Selfe C. L. Literate Lives in the Information Age: Narratives of Literacy from the Unites States / C. L. Selfe, G. E. Hawisher. – Lawrence Erlbaum Associates Mahwah, New Jersey, USA, 2004. – 259 p.
16. Stromer-Galley J. Interactivity-as-product and interactivity-as-process / Jennifer Stromer-Galley // The Information Society. – Taylor & Francis Inc., 2004. – No. 20. – P. 391–394.
17. Swales J. M. Genre Analysis – English in academic and research settings / J. M. Swales. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990. – 274 p.
18. Yates J. Genres of Organizational Communication : A Structural Approach to Studying Communication and Media / Joanne Yates, Wanda J. Orlikowski // Academy of Management Review. – 1992. – Vol. 17. – No. 2. – P. 299–326.