

УДК 811.111:004.738.5

DOI <https://doi.org/10.24919/2663-6042.14.2020.223461>

## КОНЦЕПЦІЯ АДРЕСАТА В ЖАНРІ ТВИТТІНГ В АНГЛОМОВНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

Полякова Т. Л.

Харківський національний технічний університет сільського господарства  
імені Петра Василенка

Статтю присвячено питанням дослідження інтернет-комунікації, а саме питанням лінгвістичного аналізу інтернет-жанрів, що є одним з векторів дослідження нового напрямку інтернет-лінгвістики – віртуального жанрознавства.

Метою дослідження було визначити основні особливості концепції адресата в жанрі твітінг в англійській політичній інтернет-комунікації, а також виокремити та схарактеризувати мовні засоби їх реалізації.

Концепція адресата тісно пов'язана з метою комунікації і автором. З'ясовано, що з урахуванням призначення комунікації забезпечувати обмін інформацією між різними системами домінуючими функціями в жанрі твітінг є персуазивна і інформативна функції; основною формою комунікації – масова комунікація, коли адресат здебільшого не експлікований. Однак зауважено, що процес обміну інформацією часто набуває форми діалогу і тоді користувач має можливість стати активним учасником процесу комунікації, що дає можливість окреслити деякі особливості мовного оформлення повідомлень адресата.

Відносини користувачів в просторі Інтернет характеризуються анонімністю, дистанціюванням, змішанням норм усного та писемного мовлення. Зазначено, що однією з особливостей стилю адресата є яскраво виражений аграматизм, що полягає в нехтуванні знаками пунктуації, широким вживанням літероскладового та літеро-цифрового написання слів, еліптичних речень, емотиконів. Інша важлива характеристика риса повідомлень адресата – їх підвищена емоційність, яка проявляє себе у використанні лексичних одиниць розмовної спрямованості, серії питальних або окличних речень, множинного написання знаків пунктуації. Великий вплив на вибір мовних засобів має мовна особистість користувача.

Підсумовано, що стрімкий розвиток інформаційних технологій веде до появи мовних феноменів, які отримують нові риси в комп'ютерно-опосередкованій комунікації, зокрема й у сфері політики. Вони вимагають подальшого аналізу, порівняння з використанням мовних засобів в інших сферах комунікації.

**Ключові слова:** інтернет-комунікація, віртуальне жанрознавство, інтернет-жанр, політична інтернет-комунікація, твітінг, концепція адресата.

**Poliakova T. L. Concept of addressee in the genre twitting in English political Internet-communication.** The article is focused on studying Internet communication and, namely on the linguistic analysis of digital genres, which is one of the research areas in a new field of Internet-linguistics – digital genre studying.

The purpose of the study is to identify the main features of the concept of the addressee in the genre twitting in English political Internet communication, as well as to identify and characterize the linguistic means of their implementation.

The concept of the addressee is closely related to communication purpose and the author. It has been found that taking into consideration the fact that the main purpose of communication is to provide information exchange between different systems, the dominant functions in the genre twitting are persuasive and informative functions; the main form of communication is mass communication when the addressee is not explicit in most cases. However, it has been pointed out that the process of information exchange often takes the form of a dialogue and the user has the opportunity to become an active participant in the communication process, which makes it possible to distinguish some linguistic features of the recipient's messages.

Relationships between users in the Internet are characterized by anonymity, distancing, mixing of norms of oral and written speech. It has been found that one of the features of the addressee's style is clear neglecting of grammar rules which manifests itself in ignoring punctuation marks, the widespread use of spelling words by means of letters and figures, the use of elliptical sentences, emoticons. Another important characteristic feature of the addressee's messages is their increased emotional intensity, which manifests itself in the use of lexical units of conversational orientation, a series of interrogative or exclamatory sentences, multiple use of punctuation marks. Selection of linguistic means is greatly influenced by the addressee's personality.

To sum it up we can say that the rapid development of Internet technologies leads to emerging linguistic phenomena which are gaining new features in Computer-mediated communication, including politics. They require further analysis, comparison with the use of linguistic means in other areas of communication.

**Key words:** Internet-communication, digital genre studying, digital genre, political Internet-communication, twitting, concept of the addressee.

**Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду.** Останніми десятиліттями простежується щораз більший інтерес як зарубіжних, так і вітчизняних вчених-лінгвістів до проблем дослідження інтернет-комунікації, поява якої зумовила виникнення нового напрямку в мовознавстві – інтернет-лінгвістики. Становлення інтернет-лінгвістики як самостійного напрямку передбачає окреслення основної мети цієї науки, її об'єкта, предмету тощо. Мета інтернет-лінгвістики полягає у визначенні та поясненні особливостей функціонування мови в Інтернеті. Об'єктом є комунікативна взаємодія в глобальній комп'ютерній мережі Інтернет, предметом – лінгвістично релевантні особливості інтернет-комунікації на різних мовних рівнях: морфологічному, лексичному, синтаксичному, текстовому, комунікативному (рівні комунікативної стратегії) [3, 232].

Серед усього різноманіття напрямів (*дослідження основних конститутивних ознак і функцій інтернет-комунікації* [5, 12–13; 6, 19], *дослідження власне лінгвістичних особливостей інтернет-комунікації в різних аспектах* [6; 13], *вивчення гендерних рис у комунікації в мережі Інтернет* [9] та ін.), що є об'єктом дослідження інтернет-лінгвістики, великий інтерес представляє *жанрознавчий напрям*, центром уваги якого є загальнотеоретичні питання вивчення жанрів Інтернету. Популярність жанрознавчого напрямку інтернет-лінгвістики викликана тим, що жанрова основа є на сьогодні найбільш поширеною при описі інтернет-комунікації, коли найчастіше розглядаються окремі жанри Інтернету. Цей факт пояснюється великою різноманітністю текстів і жанрів, які представлені в мережі Інтернет, а також складністю знайти загальні параметри для їх опису в рамках лінгвістичного аналізу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній лінгвістиці поняття «жанр» розглядається з позицій кількох напрямів: функціональної лінгвістики, риторики, прагматики, критичного дискурсивного аналізу та деяких інших дисциплін [11, 7].

У зарубіжній літературі пропонують різні параметри опису інтернет-жанрів, однак до основних параметрів відносять: комунікативну мету; структуру функціонування [10, 17; 12; 15, 63]; риторичні стратегії (вербальні і візуальні) [12]; гіпертекстову організацію тексту [8, 2]; зміст [10, 17; 15, 63]; концепцію автора і адресата; темпоральні обмеження на існування жанру, локальні параметри існування жанру [15, 63]; функціональність [10, 17].

Проаналізувавши і узагальнивши результати досліджень вітчизняних лінгвістів, Л. Ф. Компанцева запропонувала критерії виділення і параметри аналізу інтернет-жанрів, серед яких: комунікативна мета, концепція адресанта та адресата, зміст, фактор комунікативного минулого та майбутнього і мовне втілення, ситуація спілкування, опозиція узус / норма в комунікативній організації мовного жанру, комунікативний реєстр дискурсу, опозиція інформативна / фатична мова, етнокультурна представленість мовного жанру, реалізація в структурі гіпертексту, використання гіпертекстового візуально-слухового компонента, можливість глобального інтерактивного розвитку жанру [5, 207–208].

Однак всі представлені моделі характеристик інтернет-жанрів не є, на наш погляд, повними. Деякі з них, які можуть застосовуватися при описі будь-яких одних жанрів, можуть не мати параметрів, необхідних для опису інших жанрів. Одні моделі не включають деякі медійні параметри, які є надзвичайно важливими в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій і пов'язаними з ними новими формами комунікативної взаємодії. Крім того, багато моделей не містять такого важливого складника, як мовні параметри, що найбільш важливо для виконання завдань, поставлених у роботі.

На наш погляд, найбільш загальними параметрами для більшості інтернет-жанрів є мета, концепція автора, концепція адресата, тематика повідомлення, час, місце, структурне оформлення повідомлення. Також велике значення має аналіз мовних / немовних засобів оформлення повідомлень в кожному окремому жанрі.

**Формулювання мети і завдань дослідження.** Метою пропонованого дослідження є визначити основні особливості образу адресата в жанрі твітінг в англomовній політичній інтернет-комунікації, а також виділити мовні засоби їх реалізації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Твітінг репрезентує інтернет-жанр, що забезпечує спілкування за допомогою інтернет-сервісу Твіттер. Основною комунікативною одиницею цього жанру є повідомлення у формі короткого тексту, обмеженого 280 знаками.

З урахуванням використання Твіттера в політичній сфері необхідно зазначити, що цей сервіс використовується політичними діячами – главами держав, членами уряду й іншими політиками по всьому світі, включаючи США, Чилі, Німеччину, Японію, Індію та інші країни. Більшість вітчизняних і зарубіжних політиків, серед іншого й американських, мають домашні сторінки в Твіттері, використовуючи його як своєрідний прес-центр для зв'язку з громадськістю, особливо при проведенні передвиборчих кампаній, що привело до того, що Твіттер став не тільки розважальним, але й політичним майданчиком. Наразі серед американських політиків в Твіттері лідирують (за кількістю послідовників) Барак Обама (@BarackObama – 125 122 380 послідовників), Дональд Трамп (@realDonaldTrump – 88 514 968 послідовників, @POTUS – 32 344 597 послідовників), Хілларі Клінтон (@HillaryClinton – 29 327 985 послідовників) та ін. [14]. Політичні діячі використовують цю платформу для просування свого іміджу та спілкування зі своїми послідовниками.

Таким чином, категорії автора й адресата набувають особливого значення в інтернет-комунікації. Будь-яка модель спілкування має на увазі формування відповідного мовного (лексичного, стилістичного) етикету, що відповідає як меті спілкування, так і соціологічному портретові учасників комунікації [2, 252].

Параметр *концепція адресата* тісно пов'язаний з метою комунікації й автором, оскільки при створенні будь-якого тексту автор свідомо чи несвідомо орієнтується на певну групу читачів. Концепція адресата передбачає наявність деяких обов'язкових умов комунікативного вигляду адресата, що включають

в себе попередні знання про ситуацію, загальні уявлення про світ і принципи спілкування [1, 276].

Активне використання інформаційних технологій в XXI столітті, розширення інтернет-аудиторії зробило політичні інтернет-жанри невід'ємною формою зв'язку політичних діячів з громадськістю. Політики намагаються відшукати нові способи думати і діяти, тобто поєднувати прагматику і когніцію нового часу [4, 133].

Аналіз комунікативних функцій у досліджуваному жанрі показав, що домінуючими функціями в жанрі *tweeting* в англійській політичній інтернет-комунікації є персуазивна та інформативна функції, що цілком зрозуміло, тому що основною метою політичної комунікації є обмін політичною інформацією між різними системами. Зокрема, Твіттер розглядають як потужне альтернативне джерело інформації, як засіб отримання і поширення інформації, що особливо важливо в період проведення передвиборчих кампаній. Політичні лідери використовують Твіттер як засіб інформування користувачів про свої програми, особисті плани, майбутні події в політичній сфері, що грає велику роль при формуванні політичного іміджу політика, з одного боку, і потрібного електорату, – з іншого.

Превалювання інформативної функції в політичній комунікації – як традиційній, так і електронній – веде до того, що повідомлення політичної сфери, зокрема й у жанрі твітінг, адресовані в основному не одній людині, а всій масі користувачів, підписаних на отримання повідомлень від конкретного політичного діяча, що говорить про те, що основною формою такої комунікації є масова комунікація (а не групова або міжособистісна) і адресат здебільшого не є експлікованим.

Проте необхідно відзначити, що, на відміну від традиційної комунікації, де процес обміну інформацією є в основному односпрямованим, в інтернет-комунікації завдяки використанню сучасних технологій він часто набуває форми діалогу, що сприяє досягненню і зміцненню довіри й взаєморозуміння між комунікантами. Необмежені можливості інтернет-технологій, що змінили формат комунікації, дають змогу користувачам стати не тільки пасивними реципієнтами інформації, а й активними учасниками процесу комунікації, реагувати на висловлювання політичних діячів, ставити питання, що уможливорює виділити особливості мовного оформлення повідомлень користувачів.

Дослідження адресата в жанрі твітінг, серед іншого й в політичній сфері його використання, є досить складним процесом, тому що на вашій стрічці повідомлень з'являються твіти тільки тих авторів, на отримання повідомлень від яких ви підписані. Отже, неможливо проаналізувати діалог політичних діячів з іншими користувачами, не будучи підписаними на повідомлення всіх цих осіб. Крім того, не існує жодних формальних показників в твіті, які б показували, що цей твіт є відповіддю іншому користувачеві і, тільки провівши семантичний аналіз повідомлення, іноді можна зробити висновок, що даний твіт є відповіддю або зверненням до іншого користувача.

Як показав аналіз, більшість повідомлень політичних діячів не містять формальних ознак, які вказують на те, що їхні повідомлення призначені окремим користувачам. Таким чином, можна зробити висновок, що їхні твіти призначені всій масі користувачів, підписаних на отримання повідомлень від тих чи тих політиків, а повідомлення, які адресовані конкретному користувачеві, можна віднести до характерних особливостей політичного діяча.

Так, серед твітів, наприклад, Корі Букера (американський політик з Демократичної партії, Сенатор США від Нью-Джерсі з 2013 року) були виявлені повідомлення, які є за формою і змістом відповідями іншому користувачеві. Згідно з проведеним аналізом, подібні повідомлення трапляються приблизно в 60% твітів Корі Букера, що вказує на превалювання в твітах цього політичного діяча фатичної функції.

*Cory Booker @CoryBooker*

*I invite u to work with me. If u want to work together constructively, I'll meet with you and we can discuss strategies for peace @Tonya\_666*

Це повідомлення адресовано користувачеві *@Tonya\_666*, нік якого стоїть в кінці твіта. Такий спосіб звернення до користувачів є характерною рисою авторського стилю Корі Букера.

*Cory Booker @CoryBooker*

*No we are not. Enjoy the day! RT @prtyasmile77: Hi mayor is the city of Newark hosting fire works today?*

У представленому прикладі перша частина повідомлення (*No we are not. Enjoy the day!*) є відповіддю політика користувачеві *@prtyasmile77*, перед ніком якого стоять літери *RT*, що вказують, що за ними йде цитата (*Hi mayor is the city of Newark hosting fire works today?*). Цей спосіб комунікації також є характерною рисою авторського стилю Корі Букера.

Як засвідчують приклади, однією з особливостей жанру твітінг є можливість здійснення зворотного зв'язку з автором. Адресат може ставити авторові питання, висловлювати свою думку з проблем, які його цікавлять.

Дослідження повідомлень, що містять цитати інших користувачів, показує, що ці висловлювання – це в основному коментарі адресата з приводу різних аспектів діяльності політичних лідерів або ж поставлені йому запитання.

*Arnold @Schwarzenegger*

*Stole my line. "@KarlThaler: Now that I saw @Schwarzenegger in The Expendables 2. I cant wait to see The Last Stand!!! I'll Be Back!!!!!"*

*Cory Booker @CoryBooker*

*Patience, day by day, brick by brick RT @joeq1159 I've seen a lot of progress being made in Nwk, but Y can I still c many abandon houses?*

Згідно з дослідженням, однією з особливостей стилю адресата став виражений аграматизм, який проявляється в:

- нехтуванні знаками пунктуації (*Hi mayor is the city of Newark hosting fire works today?; @Schwarzenegger u the man lol; cant*);
- широкому вживанні літеро-складового на літеро-цифрового написання слів (*u – you; Nwk – Newark; Y – why; c – see; 4u – for you; be4 – before*);
- використанні еліптичних речень (*Any training tips u can give me?*).

Подібне нехтування правилами граматики, пунктуації та орфографії характерно для тих інтернет-жанрів, до яких належить і жанр твітінг і які відрізняються синхронним характером комунікації. У цьому випадку проявляється принцип економії часу і зусиль при написанні повідомлень. Крім того, великий вплив має функціональне обмеження довжини повідомлення – до 280 знаків.

Ще однією важливою характерною рисою повідомлень адресата є їх підвищена емоційність, яка проявляє себе в:

- розмовній спрямованості лексичних одиниць (*Hi mayor ...; @Schwarzenegger u the man lol*);
- використанні множинного написання знаків пунктуації, а також у вживанні серії питальних або окличних речень (*I cant wait to see The Last Stand!!! I'll Be Back!!!!*);
- вживанні скорочень типу *LOL (laughing (or laugh) out loud)* та ін.

Метою використання подібних лексичних і графічних засобів в жанрі твітінг, який використовується в сфері політики, є бажання користувачів створити ілюзію близьких і довірливих відносин з політичними діячами, причетності до їхньої діяльності. Крім того, з огляду на письмову форму комунікації в жанрі твітінг ці засоби створюють імітацію різних просодичних явищ, наприклад, особливої сили емоції, інтонації, підвищеного тону тощо, які хоче передати адресат.

**Висновки та перспективи досліджень у цьому напрямі.** Таким чином, основною формою адресата в мережі Інтернет є масовий адресат, який не

є експлікованим. Відносини користувачів в просторі Інтернет відрізняються від взаємодії комунікантів у реальному спілкуванні: вони характеризуються анонімністю, дистанціюванням, безпекою, змішанням норм усного та писемного мовлення, домінуванням письмової форми вербальної комунікації. Особливості політичної комунікації в мережі Інтернет, безсумнівно, створюють певні труднощі при дослідженні мови в цілому і мовних засобів, які використовуються в політичних жанрах інтернет-комунікації, тому що, на відміну від традиційної політичної комунікації, де використання мовних засобів підпорядковане чітким правилам і обмеженням, де присутній свій мовний етикет, в політичній інтернет-комунікації на перше місце нерідко починає виходити мовна особистість як політичного діяча, так і адресата, що не може не впливати на вибір ними мовних засобів. Поряд з традиційними мовними засобами в повідомленнях політичної сфери поширеними є випадки вживання засобів, характерних для інтернет-комунікації в цілому – використання фонетико-графічного написання слів, множинне написання знаків пунктуації, нехтування пунктуацією, використання емотиконів та ін.

Таким чином, стрімкий розвиток інтернет-технологій має великий вплив на появу мовних феноменів, яким пратиманні нові риси в Інтернет-комунікації, серед іншого й у сфері політики, які вимагають подальшого опису, аналізу, порівняння з використанням мовних засобів в інших сферах комунікації, що і визначає перспективи подальших досліджень.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва : Искусство, 1979. 424 с.
2. Белла М. Адресат і адресант в інтернет-комунікації. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 252–256.
3. Горошко Е. И. Лингвистика Интернета : формирование дисциплинарной парадигмы. *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвуз. сб. науч. трудов*. 2007. Вып. 5. С. 223–237.
4. Компанцева Л. Ф. Дискурс-анализ украинского политического интернета (гендерный аспект). *Актуальные проблемы теории коммуникации*. 2004. С. 112–134.
5. Компанцева Л. Ф. Интернет-лингвистика когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы : монография. Луганск : Знание, 2008. 528 с.
6. Шкапенко П. В. Специфика реализации прагмалингвистических принципов в Интернет-дискурсе : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Калининград, 2008. 229 с.
7. Яхныч М. А., Ионова С. В. Обращение как проявление речевой культуры в интернет-коммуникации. *Экология языка и коммуникативная практика*. 2013. № 1. С. 246–256.
8. Askehave I., Nielsen A. E. What are the Characteristics of Digital Genres? – Genre Theory from a Multi-modal Perspective. *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. 2005.
9. Herring S. C., Stoerger S. Gender and (a)nonymity in computer-mediated communication. *Ehrlich S., Meyerhoff M. & Holmes J. (Eds.). The handbook of language, gender, and sexuality*. 2nd edition. Chichester, UK : John Wiley & Sons, Ltd, 2014. P. 567–586.
10. Ihlström C. The Evolution of a New(s) Genre : Doctoral Dissertation. School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad University; Department of Informatics, Göteborg University. Gothenburg Studies in Informatics, 2004. 164 p.
11. Okulska Ur., Cap P. Perspectives in Politics and Discourse. Amsterdam : Benjamins, 2010. 416 p.
12. Swales J. M. Genre Analysis – English in academic and research settings. Cambridge : Cambridge University Press, 1990. 274 p.
13. Thurlow C., Mroczek K. Digital discourse: Language in the new media. New York : Oxford University Press, 2011. 408 p.
14. Twitter Society statistics – Politics. URL: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/society/politics> (дата звернення: 08.11.2020).
15. Yates J., Orlikowski W.J. Genre Systems : Structuring Interaction through Communicative Norms. *Journal of Business Communication*. 2002. Vol. 39. No 1. P. 13–35.

#### REFERENCES

1. Bakhtin, M. M. (1979). *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity]. Moskva: Iskusstvo [in Russian].
2. Bella, M. (2017). Adresat i adresant v internet-komunikatsiyi [The addressee and the sender in Internet-communication]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya: Zhurnalistyka*, 42, 252–256 [in Ukrainian].
3. Goroshko, E. I. (2007). Lingvistika Interneta: formirovanie disciplinarnoy paradigmy [Internet linguistics: development of a disciplinary paradigm]. *Zhanny i typy teksta v nauchnom i medijnom diskurse*, 5, 223–237 [in Russian].
4. Kompantseva, L. F. (2004). Diskurs-analiz ukrainskogo politicheskogo interneta (gendernyy aspekt) [Discourse analysis of Ukrainian political Internet (gender aspect)]. *Aktualnye problemy teorii kommunikatsii*, 112–134 [in Russian].
5. Kompantseva, L. F. (2008). Internet-lingvistika kognitivno-pragmaticheskoy i lingvokulturologicheskoy podkhody [Cognitive-pragmatic and lingua-cultural approaches to Internet linguistics]: monografiya. Lugansk: Znaniye [in Russian].
6. Shkapenko, P. V. (2008). Spetsifika realizatsii pragmalingvisticheskikh printsipov v Internet-diskurse [The specifics of the implementation of pragmalinguistic principles in Internet discourse]. (Dissertatsiya kandidata filologicheskikh nauk). Kaliningrad [in Russian].
7. Yakhnych, M. A., Ionova, S. V. (2013). Obrashchenie kak proyavlenie rechevoy kultury v internet-kommunikatsii [Addressing as a manifestation of speech culture in Internet communication]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*, 1, 246–256 [in Russian].
8. Askehave, I., Nielsen, A. E. (2005). What are the Characteristics of Digital Genres? *Genre Theory from a Multi-modal Perspective*: proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences [in English].
9. Herring, S. C., Stoerger, S. (2014). Gender and (a)nonymity in computer-mediated communication. *Ehrlich S., Meyerhoff M. & Holmes J. (Eds.). The handbook of language, gender, and sexuality*, 2-nd edition. Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd, 567–586 [in English].
10. Ihlström, C. (2004). *The Evolution of a New(s) Genre*: Doctoral Dissertation. School of Information Science, Computer and Electronic Engineering, Halmstad University; Department of Informatics, Göteborg University. Gothenburg Studies in Informatics [in English].
11. Okulska, Ur., Cap, P. (2010). *Perspectives in Politics and Discourse*. Amsterdam: Benjamins [in English].
12. Swales, J. M. (1990). *Genre Analysis – English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press [in English].
13. Thurlow, C., Mroczek K. (2011). *Digital discourse: Language in the new media*. New York: Oxford University Press [in English].
14. Twitter Society statistics – Politics. Retrieved from: <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/profiles/society/politics>
15. Yates, J., Orlikowski, W. J. (2002). Genre Systems: Structuring Interaction through Communicative Norms. *Journal of Business Communication*, 39 (1), 13–35 [in English].