

УДК 004.77 + 81'373.231

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ТВИТТЕРА

Горошко Е.И.¹, Полякова Т.Л.²

¹Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», г. Харьков, Украина

²Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, г. Харьков, Украина

В статье рассматриваются вопросы компьютерно-опосредованной коммуникации и появление в ней новых жанров. Дается определение такого нового жанра интернет-коммуникации, как твиттинг, который обеспечивает общение с помощью интернет-сервиса Твиттер. Проводится лингвистический анализ твиттинга как жанра компьютерно-опосредованной коммуникации на фонетико-графическом, лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. Основной вывод: твиттинг как жанр компьютерно-опосредованной коммуникации выделяет устно-письменная форма речи, которая возникает при пользовании данным сервисом.

Ключевые слова: компьютерно-опосредованная коммуникация, Твиттер, твиттинг, микроблоггинг.

Постановка проблемы. Появление в конце 60-х – начале 70-х годов прошлого столетия таких новейших технологий как компьютер и Интернет привело к возникновению и нового вида коммуникации между людьми, которая получила название компьютерно-опосредованной (англ.: computer-mediated communication, понятие, вошедшее в научный обиход в 1990-х годах в англоязычном научном пространстве).

Данный вид коммуникации приобретает все большую значимость в жизни каждого человека. Электронная переписка, чтение новостей, поиск разнообразной информации в Интернете, ведение сетевых дневников и общение в чате становятся все более необходимыми в деловой, образовательной, научной и личной сферах.

Анализ последних исследований. Стремительно и бесповоротно войдя в нашу жизнь, интернет-коммуникация, соответственно, привлекла внимание многих отечественных и зарубежных исследователей разных направлений, в том числе и лингвистов, среди которых можно выделить А.А. Атабекову, Е.И. Горошко, Л.Ф. Компанцеву, О.В. Лутовинову, Г.Н. Трофимову, Л.Ю. Щипицину, Д. Кристалла, К. Тарлоу, С. Херринг и др.

Однако, ввиду относительной новизны такого вида коммуникации, опосредованной электронным каналом, внимание исследователей до настоящего момента привлекало описание базовых лингвистических характеристик интернет-коммуникации в целом, связанные с функционированием языка в Глобальной паутине, либо же описание таких ее традиционных жанров, как, например,

электронное письмо или чат. Практически полное отсутствие лингвистического описания новых жанров 2.0, одним из которых является микроблоггинг Твиттер, и в частности неизученность лингвистических особенностей англоязычного Твиттера на данный момент, и обусловило выбор темы нашей работы.

Итак, *целью* данной *работы* является лингвистический анализ сервиса микроблоггинга Твиттер.

Задачи, которые авторы ставят перед собой, заключаются в описании фонетико-графических, лексических, морфологических и синтаксических особенностей микроблоггинга Твиттер.

Итак, как известно, появление компьютерно-опосредованной коммуникации привело к появлению различных жанров интернет-коммуникации, одним из которых является *твиттинг*, т.е. интернет-жанр, обеспечивающий общение с помощью интернет-сервиса Твиттер.

Твиттер (Twitter) (от англ.: tweet – «чирикать», «щебетать», «болтать») – это бесплатная социальная сеть, представляющая из себя систему микроблогов, которая позволяет пользователям отправлять короткие текстовые заметки (до 140 символов), используя веб-интерфейс, SMS, службы мгновенных сообщений или сторонние программы-клиенты. Отличительной особенностью Твиттера является публичная доступность размещённых сообщений, что роднит его с интернет-сервисом блоггинга [1].

Согласно Л.Ю. Щипициной, лингвистический анализ интернет-коммуникации происходит по следующим языковым уровням: фонетико-графическому, лексическому, морфологическому и синтаксическому [2, с. 122-128].

По этим аспектам анализа, попытаемся изучить твиттинг как жанр интернет-коммуникации. Материалом нашего исследования послужила выборка примерно 100 сообщений англоязычного Твиттера повседневной тематики, сделанная путем случайного отбора (методом генерации случайных чисел) англоязычных профилей подписчиков данного сервиса.

Фонетико-графические средства. Что касается описания Твиттера на фонетико-графическом уровне, который предполагает графическую фиксацию особенностей произношения и интонации, а также использование графических знаков для передачи эмоций, то, как нам кажется, для описания твиттинга уместно было бы данный уровень анализа определить, как **просодико-графический**, т.к. нами не были замечены в сообщениях в большом количестве графические соответствия фонетических явлений спонтанной речи (редукция звуков, слияние слов и другие случаи, которые присущи устной форме речи). Если учесть, что Твиттер является асинхронным жанром, т.е. коммуниканты могут получать и читать сообщения в любой удобный для них момент, то можно сделать вывод, что языку сообщений Твиттера присущи больше всё же признаки письменной речи.

Однако что касается передачи эмоций, то было отмечено довольно большое количество случаев употребления различных графических средств, используемых с этой целью. Во-первых, отмечена передача эмоций с помощью эмотиконов – различных комбинаций знаков клавиатуры, обозначающих различные эмоциональные

состояния человека. Также эмодзи могут представлять собой графическое изображение (прост.: *смайлик*). Наиболее часто встречающиеся знаки – это:

☺

☹

:-) – happy

:-) – very happy

:-(– sad и др.

Еще одним примером выражения эмоций и настроения в Твиттере являются случаи множественного написания знаков пунктуации:

-Beat the Beab!!!!

-but perhaps too...careful? (многоточие может обозначать паузу).

Для выражения эмфатического ударения используются все заглавные буквы вместо строчных:

-HEY TWITTERS!

-NEW MUSIC FOR YOU!

-It's AMAZING!

С этой же целью используется многократное повторение одной и той же буквы:

-Back to Vegas tonight...here we goooo!

-Looooook what IIIIIII foooooound!

Также для сообщений в Твиттере характерно использование некоторых графических символов: # – хэштег (англ.: *hashtag*) для объединения групп сообщений по теме или типу (например, # music); знак «@» (англ.: *curiosa*) перед именем пользователя используется для упоминания или ответа другим пользователям.

Следует отметить, что использование графических средств в сообщениях Твиттера, носит скорее эпизодический характер, главным образом, для того, чтобы придать общению более непринужденный характер.

Лексические средства. Согласно Л.Ю. Щипициной, в каждом жанре компьютерно-опосредованной коммуникации предпочтение отдается тем лексическим единицам, которые касаются обозначения текста и функций программы соответствующей службы Интернета. Так, согласно проведенным исследованиям, для англоязычного Твиттера самыми популярными словами (в порядке убывания) являются: *you, Twitter, please, retweet, post, blog, social, free, media, help, please retweet, great, Social Media, follow, how to, top, blog post, check out, new blog post* [3].

Как видно по приведенному списку, в него вошли практически все части речи (глагол, существительное, прилагательное, местоимение). Что касается семантики приведенных слов, то можно заметить, что используется, в основном, лексика, описывающая пользовательские действия на Твиттере – *to help, to post, to check, to retweet* (*помочь, отправить, проверить, перетвитнуть*) и т.д. [4].

Еще одним случаем использования лексических средств в Твиттере являются случаи использования буквенно-слового и буквенно-цифрового написания слов, что также является характерным и для других англоязычных интернет-жанров. В данном случае совмещается буквенно-звуковой и символичный способ чтения слов.

- *Abt this?* (About this?)
- *in a couple of hrs* (in a couple of hours)
- *New music 4u.* (New music for you)
- *U know.* (You know)
- *Never 4get.* (Never forget)

Такой способ написания слов связан с экономичностью и, опять же, придает общению более непринужденный характер.

Что касается сокращения слов, то в отличие от синхронных жанров, они не являются отличительным лексическим признаком асинхронных жанров, к которому принадлежит и Твиттер. В асинхронных жанрах не требуется экономить время и, если случаи сокращений и встречаются, то это носит скорее случайный характер.

Морфологические средства. Так как Твиттер является преимущественно письменным жанром, то существенных различий в употреблении частей речи, падежей, рода, числа, артиклей в нем и в линейных текстах не обнаружено. Существительные и местоимения оформлены в соответствии с грамматическими нормами: существительные представлены в общем и в родительном падежах, что определяется глагольным управлением и отражает отношение имени существительного к другим языковым единицам. Число существительного задается его отнесенностью к определяемым объектам, а употребление грамматического рода и артиклей практически соответствует грамматическим правилам. Личные местоимения представлены в общем, притяжательном, объектном падежах, что также определяется глагольным управлением и отражает их отношение к другим членам предложения. Употребление временных форм глаголов также в большинстве случаев подчинено грамматической норме английского языка.

- *I've been using Echofon since the beginning and it's awesome...*
- *We are aiming for first half of the year on that.*
- *It should remind you of something you've never seen before.*

Итак, можно сделать вывод, что в Твиттере функционирование морфологических категорий, в основном, подчинено грамматической норме английского языка. При этом можно отметить, что и в морфологическом отношении наблюдается ориентация на асинхронный формат коммуникации, а, следовательно, на норму письменной речи.

Синтаксические средства. Описывая Твиттер на синтаксическом уровне, основной единицей которого является предложение, можно сказать, что здесь проявляются как признаки устной речи, так и письменной речи. В сообщениях можно встретить как полные предложения, так и неполные (когда собеседники, общаясь между собой, говорят о чем-то уже известном, о чем шла речь раньше):

- *It's official: I've fallen back in love with personal blogging. Great conversation on @Smarterware today.*
- *ah, Robocop.*

Также основной текст сообщения может состоять из одного предложения, а может из 2 или 3.

- *Just found my invite to that Obama dinner at the Doerr`s in my Spam Filter!*

- *If users didn't care about trends, we wouldn't have trends. What you mean is «twitter users like me». Granted, that is a group.*

В сообщениях встречаются, в основном, односоставные предложения, хотя нередки и случаи двусоставных, развернутых предложений:

- *It only tells half the story.*

- *I explain why not married in the photo's description/comments, though that was what I ultimately (begrudgingly) chose.*

Что касается, например, порядка слов в вопросительных предложениях, то он в большей части предложений сохраняется:

- *What are you guys complaining about?*

В целом можно сделать *вывод*, что полное проявление синтаксиса письменной речи для Твиттера не характерно, ввиду длины сообщений (140 знаков), а также различных функций его использования. В сообщениях преобладают повествовательные предложения, что связано с большим количеством односоставных предложений, а также с тем, что предложения чаще всего носят монологический характер.

Выводы. Итак, рассмотрев некоторые лингвистические особенности оформления сообщений микроблоггинга Твиттер, можно сделать вывод, что данному жанру компьютерно-опосредованной коммуникации присуща устно-письменная форма речи с большим тяготением к её письменному варианту.

Употребление всех вышеперечисленных лингвистических средств: то ли оно подчинено нормативным правилам английского языка, то ли носит характер устного общения – зависит, в первую очередь, от личности коммуниканта, его образования, уровня владения английским языком, а также от тех целей, которые он ставит перед собой, общаясь в Твиттере.

Необходимо также отметить, что относительно небольшая выборка изучаемого материала (около 100 сообщений) придает исследованию пилотажный характер. Для уточнения лингвистических особенностей твиттинга, а также изучения их устойчивости и воспроизводимости в различных коммуникативных ситуациях требуются дальнейший качественный и количественный анализ англоязычного твиттинга.

Перспективы дальнейших исследований. Бурное развитие в конце XX – начале XXI столетия новых информационных технологий, которое привело к появлению компьютерно-опосредованной коммуникации, все больше привлекает внимание отечественных и зарубежных лингвистов к такой новой проблеме, как изучение языка различных жанров интернет-коммуникации. Так как данная проблема еще недостаточно изучена, еще нет устоявшихся терминов, не определено их содержание, нет четкой системы и единого подхода к описанию жанров компьютерно-опосредованной коммуникации, одни из которых уже сложились, а другие только развиваются, данная проблема представляется чрезвычайно актуальной для дальнейших исследований и ставит перед исследователями новые задачи, существенно расширяя парадигмальный оператор лингвистического анализа.

Список литературы

1. Твиттер // Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Twitter>. – (дата обращения: 05.03.2011).
2. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация. Лингвистический аспект анализа : [монография] / Л.Ю. Щипицина. – М.: КРАСАНД, 2010. – 296с.
3. Top 20 Most ReTweetable Words and Phrases // New Sales Economy Blog [Электронный ресурс]: URL: <http://newsaleseconomy.com/top-20-most-retweetable-words-and-phrases>. – (дата обращения: 6.03.2011).
4. Горошко Е.И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении. (в печати)

Горошко О.И., Полякова Т.Л. Лінгвістичні особливості англomовного Твіттеру // Ученые записки Таврического национального университета ім. В.І. Вернадского. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2011. – Т.24 (63). – №2. Частина 1. – С.53-58.

У статті розглядаються питання комп'ютерно-опосередкованої комунікації та поява в ній нових жанрів. Дається визначення такого нового жанру інтернет-комунікації, як твіттинг, що забезпечує спілкування за допомогою інтернет-сервісу Твіттер. Проводиться лінгвістичний аналіз твіттингу як жанру комп'ютерно-опосередкованої комунікації на фонетико-графічному, лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях. Головний висновок: твіттинг як жанр комп'ютерно-опосередкованої комунікації виділяє усно-письмова форма мовлення, яка виникає при користуванні цим сервісом.

Ключові слова: комп'ютерно-опосередкована комунікація, Твіттер, твіттинг, мікроблогінг.

Goroshko O.I., Polyakova T.L. Linguistic characteristics of English-speaking Twitter // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatio». – 2011. – V.24 (63). – №2. Part 1. – P.53-58.

The article addresses the problems of computer-mediated communication and its new genres. The definition of such new genre of Internet-communication twitting initiated by a new internet-service Twitter is provided. The linguistic analysis of twitting as one of the computer-mediated communication genres on phonetic and graphic, lexical, morphological and syntactic levels is given. The new oral-written form of twitting genre initiated by this service presents the main result of this study.

Key words: computer-mediated communication, Twitter, twitting, microblogging.

Поступила в редакцію 27.04.2011 г.