

ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ В ЖАНРІ ТВІТИНГ В АНГЛОМОВНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ

LEXICAL MEANS IN THE GENRE TWTITTING IN ENGLISH POLITICAL INTERNET-COMMUNICATION

Полякова Т.Л.,

orcid.org/0000-0002-3353-2228

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри мовної підготовки

Харківського національного технічного університету сільського господарства
імені Петра Василенка

У статті представлено аналіз використання лексичних засобів у жанрі твітінг в англomовній політичній інтернет-комунікації. Аналіз інтернет-жанрів, що виникли завдяки стрімкому розвитку інформаційних технологій, є однією з ключових галузей дослідження інтернет-лінгвістики – галузі мовознавства, об'єктом дослідження якої є інтернет-комунікація й мова, що її обслуговує, а її предметом – особливості функціонування мови в Інтернеті на різних рівнях: морфологічному, синтаксичному, лексичному, фонетико-графічному.

Стрімкий розвиток технологій *веб 2.0* (можливість включати в текст відеозображення, аудіозаписи, анімацію, широке використання графічних засобів) зумовив появу жанрів, умовно названих *жанрами 2.0*. Прикладом жанрів *2.0* є *твітінг* – інтернет-жанр, що забезпечує спілкування за допомогою інтернет-сервісу Твіттер, основною комунікативною одиницею якого є повідомлення в формі тексту, обмеженого 280 знаками.

Як показав аналіз, жанр твітінг у сфері політичної інтернет-комунікації характеризується властивими йому особливостями на всіх рівнях мовного оформлення, включаючи й рівень лексики. Лексичні засоби представлені нейтральною лексикою, лексикою політичної спрямованості, словами, які мають тільки емоційно-експресивне значення. Використання прикметників з позитивною й негативною оцінкою хоча й має місце в цьому жанрі, проте не є його характерною рисою. Також виявлені випадки використання лексичних стилістичних засобів: метафори, метонімії, іронії, уособлення, оксиморона, вдале виклад більш виразним, повертає увагу користувачів. Великий вплив на вибір автором мовних засобів має мовна особистість автора, обмежений обсяг повідомлення, а також функціональні особливості досліджуваного жанру, пов'язані з технологічним фактором.

Отже, розвиток інформаційних технологій відкриває нові можливості у сфері комунікації, у тому числі й у сфері політики, а також формує низку лінгвістичних завдань, пов'язаних зі зміною вже наявних жанрів, появою нових жанрів, появою нових засобів оформлення жанрів.

Ключові слова: інформаційні технології, інтернет-комунікація, інтернет-жанри, інтернет-лінгвістика, твітінг, лексичні засоби.

The article analyses the use of lexical means in the genre twitting in English political Internet-communication. Investigation of digital genres that have arisen due to the rapid development of information technologies is one of the key areas of research in Internet-linguistics – the field of linguistics the study object of which is Internet-communication and the language that serves it, and its subject is the features of the language functioning on the Internet at different levels: morphological, syntactic, lexical, phonetic-graphic.

The rapid development of the technologies *Web 2.0* (the ability to include video, audio, animation, and extensive use of graphic means in the text) has led to the emergence of genres conventionally named *genres 2.0*. An example of genres *2.0* is twitting – a digital genre initiated by the Internet-service Twitter, the main communicative unit of which is a 280-character text message.

As the analysis has shown by the, the genre twitting in the field of political Internet-communication is characterized by the peculiarities at all levels of the linguistic design, including the level of vocabulary. Lexical means are represented by neutral vocabulary, political vocabulary, the words with only emotive and expressive meaning. The use of adjectives with positive and negative evaluations is presented in the genre, but it is not its characteristic. There are also the cases of using lexical stylistic means: metaphors, metonymy, irony, personification, oxymoron, the successful use of which makes the presentation more expressive, attracts users' attention. The author's choice of linguistic means is greatly influenced by his linguistic identity, the limited volume of the message, the functional features of the studied genre related to the technological factor.

Thus, the development of information technologies gives new opportunities in the field of communication, including politics, and also forms a number of linguistic tasks related to the change of existing genres, the emergence of new genres, the emergence of new means of genres design.

Key words: information technologies, Internet-communication, digital genres, Internet-linguistics, twitting, lexical means.

Постановка проблеми. Дослідження інтернет-жанрів, що виникли завдяки появі і стрімкому розвитку наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття

інформаційних технологій, стало однією з ключових галузей дослідження вітчизняної та зарубіжної інтернет-лінгвістики [1; 2] – галузі мовознав-

ства, під об'єктом дослідження якої розуміється інтернет-комунікація й мова, що її обслуговує, а її предметом – особливості функціонування мови в Інтернеті на морфологічному, синтаксичному, лексичному, фонетико-графічному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтернет-комунікація, або комп'ютерно-опосередкована комунікація (англ. *Computer-mediated communication*) – термін, який почав використовуватися в зарубіжній лінгвістиці [3; 4] після його вживання в роботі Н. Барон [5] і в назві електронного видання *the Journal of Computer-Mediated Communication* [6, с. 1].

Спочатку інтернет-комунікація являла собою надрукований текст, призначений окремим користувачам. Однак з часом у міру розвитку інформаційних технологій текстова комп'ютерно-опосередкована комунікація була доповнена графічними, аудіо- та/або відеоканалами комунікації [7, с. 1], зараз завдяки технологіям веб 2.0 (можливостям включати в текст відеозображення, аудіозаписи, анімацію, широко використовувати графічні засоби (застосування різних шрифтів, кольору тощо)) стали доступні численні способи комунікації.

У міру розвитку можливостей, що надаються інформаційними технологіями для здійснення спілкування в мережі Інтернет, зріс інтерес учених до дослідження цього виду комунікації, мови, яка її обслуговує, і жанрів, умовно названих *жанрами 2.0* [8], що виникли завдяки технологіям веб 2.0. Зміст жанрів другого веб (веб 2.0) може створюватися й коригуватися простими користувачами, причому їх кількість необмежена. Вплив інтернет-технологій у цих жанрах досить великий, завдяки чому вони відрізняються високим ступенем креалізованості, гіпертекстуальності, оперативності, інтерактивності. Прикладами жанрів другого веб є соціальні мережі, блоги тощо. Особливе місце серед жанрів 2.0 посідають гібридні жанри, що ввібрали в себе властивості декількох інтернет-жанрів і не мають аналогів у традиційній комунікації. Прикладом такого жанру є *твітінг* [9].

Твітінг являє собою інтернет-жанр, що забезпечує спілкування за допомогою інтернет-сервісу Твіттер, основною комунікативною одиницею якого є твіт – повідомлення у формі короткого тексту, обмеженого 280 знаками.

Одними з напрямів дослідження інтернет-лінгвістики поряд із комунікаційним, медіалінгвістичним і дискурсивним є мовностилістичне, де авторами вивчаються окремі явища лексичного або семіотичного плану (комп'ютерний жаргон,

метафори, комп'ютерні терміни тощо), а також жанрознавчий напрям, центром уваги якого є загальнотеоретичні питання вивчення жанрів Інтернету [10, с. 21–27].

Отже, велика популярність жанру твітінг у всіх сферах суспільства – побутовій, економічній, освітній, політичній, а також недостатній аналіз окремих лінгвістичних особливостей жанру, зокрема використання лексичних засобів у жанрі твітінг в англomовній політичній інтернет-комунікації (увагу дослідників під час вивчення жанру в основному привертають соціологічні та психологічні аспекти [11; 12], а з позиції лінгвістики розглядають окремі методологічні принципи та прагматичні питання жанру [2], досліджують особливості мовного оформлення жанру, які пов'язані переважно з технологічним фактором [6; 13]), і визначили актуальність роботи.

Постановка завдання. Отже, завданням дослідження є визначення особливостей використання лексичних засобів в англomовній політичній інтернет-комунікації.

Виклад основного матеріалу. Лексичні засоби є важливим стилістичним прийомом досліджуваного жанру. Необхідно відзначити, що на вибір лексичних одиниць великий вплив чинить низка екстралінгвістичних факторів, до яких можна зарахувати сферу спілкування, специфіку функціонального стилю, жанр, форму мовлення, взаємини між адресантом та адресатом тощо [14, с. 454].

У будь-якому жанрі, у тому числі й у жанрі твітінг, людина, яка говорить, повинна слідувати певним рольовим приписам, що визначаються соціальними факторами, підкреслити свою належність до певної корпоративної групи [15, с. 118], що, безсумнівно, накладає свій відбиток на використання мовних засобів. На вибір лексичних засобів у досліджуваному жанрі великий вплив чинить політична сфера використання жанру, його належність водночас до інституціонального й персонального дискурсу, домінування інформативної функції комунікації, мовна особистість автора, що створює індивідуальний стиль кожного політичного діяча.

Аналіз лексичного рівня мовного оформлення повідомлень у жанрі твітінг, який використовується у сфері політичної комунікації, дав змогу виділити такі групи лексичних одиниць:

- **нейтральна лексика**, під якою розуміють слова, що містять тільки денотативну, тобто основну, інформацію [15, с. 94].

Дослідження дало можливість визначити найбільш популярні в досліджуваному корпусі твітів

самостійні лексичні одиниці, до яких увійшли практично всі частини мови:

- дієслово (28%) (*thank, get, see, like, need, call, make, would, should, love, go, know, watch, did*);
- іменник (24%) (*president, mayor, jobs, tax, help, day, people, work, fact, time, congress, plan*);
- прислівник (22%) (*today, how, now, here, back, when, there, last, no, please, tonight*);
- займенник (14%) (*what, who, his, he, us, they, their*);
- прикметник (6%) (*great, new, good*);
- сполучник (4%) (*or, than*);
- числівник (займенник) (2%) (*one*).

Говорячи про семантику цієї лексики, можна відзначити, що велика частина згаданих лексичних одиниць належить до загальноновживаної розмовної лексики (92%) і 8% слів – до лексики політичної спрямованості (*president, mayor, tax, congress*).

Домінування серед найбільш уживаної лексики в повідомленнях досліджуваного жанру загальноновживаної, нейтральної лексики вказує на бажання й необхідність політичних діячів говорити загальнодоступною мовою, бути зрозумілими іншими користувачами, що відповідає основній меті цього жанру – інформування, просування своєї політичної платформи та іміджу;

- **лексика політичної спрямованості**, під якою мається на увазі тематичне об'єднання загальноновживаних слів, які повинні бути зрозумілі більшості громадян [16, с. 90].

Серед лексики політичної спрямованості в жанрі твітинг зустрічаються такі слова, як *election, campaign, democrat, republican, leader*. Найпопулярнішим словом є *president* (*president's, presidency, presidential*), яке виявлено приблизно в 11,34% повідомлень;

- **слова, що мають тільки емоційно-експресивне значення**, є засобом вираження почуттів мовця [15, с. 112]. До цієї групи лексичних засобів, які характерні для інтернет-комунікації загалом і відзначені в твітах політиків, можна зарахувати використання слів типу *Ummm, HaHa, Ha, Ugh, Wow, Oooh, Hooray, Ouch, Heehee, Oooo, Mmmm* і деякі інші.

Cory Booker @CoryBooker

Mmmm, mmmm good! Ur welcome! RT @Curtis_Edmonds: At @DinosaurBQ in beautiful downtown Newark – thanks to @CoryBooker for the tip.

Уживання вигуку *Mmmm* у повідомленні сприяє передачі емоційного стану автора, імітує заповнення паузи в розмовному стилі мовлення. Однак, як показало дослідження, цей стилістичний прийом не є характерною рисою досліджуваного жанру через сферу його використання, домінування

в ньому інформативної функції, а також багато в чому залежить від мовної особистості автора.

Політична комунікація завжди несе в собі не тільки інформацію, а й оцінку розглянутих реалій. Це пояснюється передусім тим, що мета політичного дискурсу полягає не в об'єктивному описі ситуації, а в переконанні адресата та спонуканні його до політичних дій [16, с. 63]. Так, у результаті аналізу досліджуваного корпусу твітів виявлені випадки вживання прикметників з позитивною оцінкою (*great, amazing, extraordinary, excellent, fantastic* і деякі інші) і з негативною оцінкою (*awesome, terrible, hazardous* та інші), які являють собою важливі стилістичні засоби, що підвищують експресивність висловлювання. Однак, згідно з отриманими даними, для жанру твітинг, який використовується в політичній сфері комунікації, не характерно використання великої кількості прикметників з позитивною оцінкою, а прикметники з негативною оцінкою зустрічаються вкрай рідко.

Нетиповість використання великої кількості описових прикметників у досліджуваному жанрі пов'язана насамперед із функціональним обмеженням розміру повідомлення. Крім того, політичні діячі намагаються уникати вживання великої кількості лексичних одиниць, що мають на увазі оцінку тієї чи іншої події або політика. Особливо це стосується вживання лексики з негативною конотацією, тому що це може несприятливо вплинути на досягнення поставлених цілей і просування політичного іміджу.

У процесі дослідження мовного оформлення повідомлень також виявлена низка лексичних стилістичних засобів, що сприяють досягненню основних цілей політичного дискурсу – вплив на аудиторію, її переконання, здійснення стратегій позитивної самопрезентації та негативного уявлення свого опонента тощо. До тропів, що найбільш часто використовуються в жанрі твітинг політичної сфери, можна зарахувати метафору, метонімію, іронію, уособлення, оксиморон.

Метафора, під якою розуміють слово або мовний зворот, які вживаються в переносному значенні для визначення предмета або явища на основі будь-якої аналогії, подібності [14, с. 458], є одним із найбільш часто вживаних лексичних стилістичних засобів у жанрах політичної сфери комунікації. Використання метафори збагачує арсенал найменувань (лексикон мови), слугує засобом впливу на адресата [16, с. 122]. У жанрі твітинг також відзначені випадки використання цього прийому, що підвищує експресивність висловлювання.

Gavin Newsom @GavinNewsom

It's in the hands of the Supreme Court #prop8 #marriageequality <http://t.co/rOeBQ15X>.

Так, у цьому прикладі має місце онтологічна метафора, коли матеріальний об'єкт (*Верховний Суд*) персоніфікований.

Також можна відзначити використання метонімії – вид тропу, який визначається як стилістичний прийом, який являє собою перенесення імені з одного класу об'єктів або окремого об'єкта на інший клас або одиничний предмет, який асоціюється з вихідним за суміжністю, залученням в одну ситуацію [17, с. 153].

Gavin Newsom @GavinNewsom

Berkeley, Chicago and Long Island are other communities looking at various options to save homeowners... <http://t.co/MAFfMUkx>.

Як ілюструє використання метонімії в прикладі, цей прийом може слугувати в жанрі твітинг для заміщення власною назвою, яка позначає назву міста або штату (*Берклі, Чикаго, Лонг-Айленд*), жителів цих міст або певних організацій, є важливим стилістичним засобом, що надає висловом особливої виразності.

Іронія є стилістичним прийомом, тропом, у якому справжній зміст суперечить або протиставляється явному, створює відчуття, що предмет обговорення не такий, яким він видається [18]. Крім того, існує більш широке розуміння іронії як дискурсивної практики, тобто цілеспрямованого використання мовних засобів не тільки для передачі сенсу, а й для трансляції певних соціальних відносин [19, с. 177].

Gavin Newsom @GavinNewsom

This is the party of "family values"?? <http://t.co/n9qD4QtB> <http://t.co/3lyzsB5g>.

У прикладі Гейвін Ньюсом з іронією говорить про Республіканську партію як про партію «сімейних цінностей», маючи на увазі, що це суперечить дійсності. Посиленню іронії в цьому прикладі сприяє використання риторичного запитання.

Уживання прийому іронії в досліджуваному жанрі дає змогу імпліцитно висловити своє ставлення до інших політичних лідерів, їхніх політичних платформ, впливати, отже, на громадську думку.

Зустрічаються в повідомленнях жанру твітинг і приклади уособлення.

Cory Booker @CoryBooker

Evil triumphs when good ppl do nothing. But love prevails when a community of conviction engages in rebellious kindness & defiant compassion.

У представленому прикладі властивості живого предмета (здатність людини відчувати тріумф, тріумфувати) приписуються неживого предметів – *злу (зло торжествує)*.

Цей приклад також ілюструє використання в твітах досліджуваного жанру випадків уживання оксиморону, що являє собою поєднання слів з протилежним значенням, для якого характерно навмисне використання протиріччя для створення стилістичного ефекту – *повстала доброта, зухвале співчуття*.

Отже, можна відзначити, що в жанрі твітинг у сфері політики, як і в інших комунікативних сферах, вдале використання стилістичних фігур і тропів робить виклад більш яскравим, виразним, привертає увагу читачів і слухачів [16, с. 107], а також нерозривно пов'язане з мовною особистістю автора.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що жанр твітинг у сфері політичної інтернет-комунікації характеризується властивими йому особливостями на всіх рівнях мовного оформлення, включаючи й рівень лексики. Лексичні засоби представлені нейтральною лексикою, лексикою політичної спрямованості, словами, які мають тільки емоційно-експресивне значення. Використання прикметників з позитивною та негативною оцінкою хоча й має місце в цьому жанрі, проте не є його характерною рисою. У процесі дослідження також виявлені випадки використання лексичних стилістичних засобів: метафори, метонімії, іронії, уособлення, оксиморона. Великий вплив на вибір автором мовних засобів має мовна особистість автора, обмежений обсяг повідомлення, а також функціональні особливості досліджуваного жанру, пов'язані з технологічним фактором.

Інтернет являє собою складний, динамічний інформаційно-комунікативний простір, який стрімко розвивається й де завдяки впливу модернізації технологій жанрова система також постійно змінюється: виникають нові жанри, видозмінюються старі, видозмінюються мовні й немовні засоби оформлення жанрів, що становить великий інтерес для вчених-лінгвістів і визначає перспективи подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Горошко Е.И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении *Вестник Пермского университета*. Пермь, 2006. Вып. 3 «Язык – культура – цивилизация». С. 219–229. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=88> (дата звернення: 12.11.2019).
2. Crystal D. *Internet Linguistics: A Student Guide*. London and New York: Routledge. Taylor & Francis Group, 2011. 179 p.

3. Deneke L. Computer-mediated communication : Potential and Actual Effects on the English Language. Saarbrücken : VDM Verlag Dr. Mueller, 2007. 140 p.
4. Thurlow C., Lengel L., Tomic A. Computer-mediated communication. Newbury Park, CA : Sage, 2004. 272 p.
5. Baron N. S. Computer mediated communication as a force in language change. *Visible Language*. 1984. XVIII (2). P. 118–141.
6. Crystal D. Internet Linguistics : A Student Guide. London and New York : Routledge. Taylor & Francis Group, 2011. 179 p.
7. Herring S. C. The co-evolution of computer-mediated communication and computer-mediated discourse analysis. In P. Bou-Franch & P. Garcés-Conejos Blitvich (Eds.), *Analysing digital discourse : New insights and future directions*. London: Palgrave Macmillan, 2018. P. 25–67.
8. Горошко Е.И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер, или что нового появилось в виртуальном жанроведении. *Вестник Тверского государственного университета. Серия «Филология»*. 2011. № 3. С. 11–20.
9. Полякова Т.Л. Лингвостилистические характеристики жанра твиттинг в англоязычной политической интернет-коммуникации : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Харьков, 2014. 232 с.
10. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация. Лингвистический аспект анализа : монография. Москва : КРАСАНД, 2010. 296 с.
11. Dunn J. The Ultimate Guide To Using Twitter In Education *Edudemic: connecting education & technology*. September 12, 2011. URL: <http://www.edudemic.com/twitter-in-education/> (дата звернення: 20.11.2019).
12. Gruzd A., Wellman B., Takhteyev Y. Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioural Scientist*. October 2011. Vol. 55. № 10. P. 1294–1318.
13. Page R. The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags. *Discourse and Communication*. 2012. Vol. 6. № 2. P. 181–201.
14. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Флинта, Наука, 2006. 696 с.
15. Стилистика английского языка / А.Н. Мороховский и др. Киев : Вища школа, 1984. 247 с.
16. Чудинов А.П. Политическая лингвистика : учебное пособие. 4-е изд. Москва : Флинта, Наука, 2012. 256 с.
17. Землякова Е.А. Лингвостилистические характеристики жанра англоязычного корпоративного блога : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Харьков, 2010. 241 с.
18. Ирония. *Википедия. Свободная энциклопедия*. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%8F> (дата звернення: 20.11.2019).
19. Шилихина К.М. Ирония в политическом диалоге. *Политическая лингвистика*. 2011. № 4 (38). С. 177–182.

УДК 811.111-342

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2020.14-1.33>

СОЦІАЛЬНЕ СИТУАТИВНЕ ВАРІОВАННЯ МОВИ

SOCIAL SITUATIVE LANGUAGE VARIATION

Присяжнюк О.Я.,

orcid.org/0000-0001-7357-5516

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов гуманітарних факультетів

факультету романо-германської філології

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Метою статті є розгляд соціальної ситуативної варіативності мови, яка відображає функціональну диференціацію різних типів вимови за сферою суспільної, а отже, і комунікативної діяльності, за ступенем офіційності ситуацій в межах однієї сфери, зумовлених характером обстановки, соціальних відносин співрозмовників, тематичного змісту промови. Ситуативна варіативність виявляє комунікативну компетентність людини, її здатність до «соціального налаштування» на ситуацію загалом, на співрозмовника, на зміну інших умов спілкування. Усе це зумовлює актуальність дослідження.

Багато людей у повсякденній мовній практиці виявляє значну варіативність, яка в умовах диглосії може нагадувати стан білінгвізму, коли людина протягом одного дня кілька разів переходить від одного типу вимови до іншого, що відповідає передусім зміні сфери комунікативної діяльності.

Деякі мовні утворення, у тому числі вимовні типи, співіснують у межах однієї сфери спілкування. У такому разі ми маємо справу вже з дією таких факторів: 1) співвідношення статусів, тобто соціальних ролей співрозмовників у цій ситуації; 2) тема бесіди, яка співвідноситься із зазначеними вище сферами спілкування; 3) індивідуальна