

## ТВИТТЕР КАК МЕГАЖАНР ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Т.С. Гурина  
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

В теме нашего исследования перекрещиваются две проблемы – политической лингвистики (имидж политика) и компьютерной коммуникации (твиттер как жанр коммуникации).

Целью данной статьи является анализ твиттера как мегажанра компьютерной коммуникации. В рамках данного жанра мы пытались выяснить, какими именно речевыми средствами политический лидер доносит свои идеи и, соответственно, достигает успеха в коммуникации и влияет на аудиторию.

**Материал и методы.** Материалом для анализа стали твиты Д.Трампа. В качестве методов также использовались наблюдение, комментирование материалов и их качественный анализ.

**Результаты и их обсуждение.** В связи с бурным развитием компьютерных технологий, которые настолько прочно вошли в жизнь молодежи, что для многих почти заменили ее, произошли многие изменения в общении. Подтверждением этому может служить следующая беседа: – *Ты знаешь, за пределами интернета тоже есть жизнь!* – *Скинь ссылку.*

Развитие интернет-коммуникации привело к тому, что появились совершенно новые дигитальные (сетевые) жанры, которые своим рождением обязаны исключительно техническим возможностям Интернета. Это чат, служба мгновенных сообщений, короткий пост, запись пользователя, к которым и относятся твиты.

Активное исследование жанровой системы интернет-коммуникации привело к тому, что сейчас уже можно говорить о развитии нового направления в интернет-лингвистике – виртуального жанроведения. Базовым понятием для виртуального жанроведения становится интернет-жанр.

На сегодняшний день есть много определений *интернет-жанра*: как речеповеденческого типа компьютерного дискурса, как вербально-знаковое оформление типичной ситуации взаимодействия людей в сети Интернет. Один из крупнейших специалистов в этой области Л.Ю. Щипицина предлагает классифицировать жанры компьютерной коммуникации на основе их функций. Она различает понятия дигитальные жанры и жанры компьютерно-опосредованной коммуникации, считая первые более широким понятием. С ее точки зрения, дигитальный относится к новым формам получения, переработки информации: «дигитальными являются любые другие жанры, которые возникают на основе коммуникации при помощи цифровых технологий, например, мобильная телефония или ее текстовая разновидность SMS» [1, с. 87].

Мы в своей работе считаем данные термины синонимичными и под термином интернет-жанр понимаем устойчивые типы текста, назначение которых формирует их форму и которые обслуживают типическую ситуацию коммуникации в сети Интернет. Очень важно также то, что твит способен вызывать ответную реакцию, что и порождает коммуникацию.

Если проанализировать интернет-коммуникацию в твиттере, то мы увидим, что это более всего жанр диалога, так как общение здесь первично. Наши наблюдения позволили выявить следующие основные параметры организации коммуникации на этой интернет-платформе: 1) актуальность коммуникативной ситуации (информация в Твиттере быстро устаревает); 2) ориентация на массового адресата; 3) высокий уровень реакции коммуникантов на медиасообщение; 4) твиты Д.Трампа имеют характер социокоммуникативного и политического взаимодействия; 5) твиты характеризуются синтезом письменной и устной речи, что обуславливает использование приёмов и средств устной и письменной передачи информации.

Поскольку жанр титтера – это и блог (по Е.Н. Галичкиной), и коммуникативный жанр (по Е.Ю. Растопиной), и гипержанр (по Е.И. Горошко), мы считаем возможным считать его мегажанром.

**Закключение.** Жанр – это устойчивый тип текста, объединенный единой коммуникативной функцией, а также сходными композиционными и стилистическими признаками. Твиттер – это новый социокоммуникативный мегажанр.

1. Щипицина, Л.Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена / Л.Ю. Щипицина – М.: РГПУ, 2009. – 8 с.