МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов VII (XXI)
Международной научно-практической конференции
молодых учёных
(16–18 апреля 2020 г.)

Выпуск 21

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2020

DOI: 10.17223/978-5-94621-901-3-2020-11

ЖАНР «ТРЕД»: К МОДЕЛИ ОПИСАНИЯ

Мордвинова П.А.

Томский государственный университет, студент

THE GENRE «THREAD»: TO THE DESCRIPTION MODEL

Mordvinova P.A.

Tomsk State University, student

Статья посвящена разработке модели описания речевого жанра «тред» как виртуального жанра. Данное исследование обусловлено отсутствием целостного описания данного жанра, функционирующего в сети Твиттер. Рассматриваются основные жанрообразующие характеристики: коммуникативная цель, образ автора и адресата.

Ключевые слова: виртуальные жанры, модель описания, жанр тред.

The article is devoted to the development of a model for describing the speech genre «thread» as a virtual genre. This study is made due to the lack of a complete description of this genre, which operates in the Twitter network. The article deals with the main genre-forming characteristics: the communicative goal, the image of the author and recipient.

Key words: virtual genres, description model, genre «thread».

Научный руководитель: Ю.А. Эмер, д-р филол. наук, профессор ТГУ.

Интернет-дискурс активно изучается в лингвистике на протяжении последних десятилетий (см. работы Л.М. Гриценко, М.О. Кочетковой, О.В. Лутовиновой и др.). Однако речевой жанр «тред», функционирующий в социальной сети «Твиттер», до сих пор не был объектом лингвистического описания. Виртуальные жанры принято подразделять на традиционные бумажные жанры, которые были перенесены в Интернет-среду без изменений, трансформированные жанры (жанр онлайн-дневника) и жанры, которые появились только в сети Интернет [1. С. 120]. Жанр треда относится к последним.

Материалом нашего исследования являются треды, размещенные с июля 2018 года по январь 2019 года в Твиттере, в количестве 32 штук, от 32 разных пользователей, у которых более 1000 подписчиков.

В данной статье мы подробно рассмотрим три ключевые характеристики жанра «тред», описанного нами по модели Т.В. Шмелевой [2]: коммуникативная цель, образ адресанта, образ адресата и их языковое воплощение.

Коммуникативная цель жанра – информативно-оценочная. Посредством жанра «тред» автор сообщает информацию о своей личной жизни, а также событиях и фактах общественной жизни. Из 32 рассмотренных нами тредов

90% посвящено жизни автора, 10% – мировым событиям. Главный вопрос в окошке для написания твита – «Что нового?» формирует ожидание читателя – рассказ о событиях. Первый твит треда строится двумя способами: «1 лайк – 1 факт на тему <...>», либо «начинаю/запускаю тред на тему <...>» и др. Использование сочетания «на тему» вербализует обозначенную выше установку на информативность. Поскольку платформа изначально предполагает установку на интерактив, авторы часто пытаются включить читателя в обсуждение. Например, пользователь Майя Вольф пишет: «Ну, поехали. Не зря же я 5 лет провела в кадетке! Один лайк – один факт про единственную в России кадетскую школу-интернат для девушек». Автор обращается к аудитории и ждет обратной реакции в виде лайков на твиты.

Интерфейс платформы, когда тред распадается на микротексты, каждый из которых может быть прокомментирован читателем, обуславливает оценочную цель треда. Авторы тредов, сообщая информацию о своей жизни, эксплицитно, реже имплицитно оценивают ее. Так, Dmitry Sofyannikov, рассказывая о своей работе проводником пассажирского вагона, пишет: «Самый странный и бесящий вопрос, который я слышал – за пару минут до прибытия на станцию выходящие из вагона спрашивают «А на какой путь мы приедем?»». Как правило, оценочные слова, используемые автором, относятся к разговорному стилю и характерны для естественной письменной речи [3. С. 11]. В текстах преобладают лексемы с отрицательной оценкой, что в первую очередь связано с высокой степенью экспрессивности речи. Негативная лексика является эффективным способом привлечения внимания читателя.

Образ адресанта. Одной из ярких черт Интернет-дискурса является анонимность. В 25% проанализированных тредов их авторы предпочли полностью или частично скрыть информацию о себе. Заметим, что чем меньше содержится личной информации на странице пользователя, тем свободнее себя чувствует автор при выборе языковых средств. Поскольку информация об авторе содержится в «шапке» профиля, образ автора не получает эксплицитного выражения в тексте треда за исключением местоимения «я». В тредах, посвященных «общественным» темам, построенных по типу «1 факт – 1 лайк из биологии», химии и т.п., где текст приближен к информационному сообщению и создает иллюзию объективности, образ автора не получает языкового воплощения. Можно выделить как минимум два типа автора:

1. Автор позиционирует себя как профессионала своего дела либо как обладателя уникальных качеств, человека, пережившего интересные и

яркие события. Так, например, пользователь «Anja Pavlova – звезда бурлеска здорового человека» изначально ником позиционирует себя как профессионала в бурлеске. Девушка подробно знакомит читателя со своей профессией и не только описывает свою деятельность, но и опровергает стереотипы, делится фотографиями, пытается произвести яркое впечатление на читателя, чтобы привлечь и удержать его внимание.

2. Другой образ автора – «друг своей аудитории». Такой автор использует неформальную речь, дает советы, задает вопросы аудитории в течение треда, делится личным. Например, пользователь «Непосредственно Дэн» в одном из тредов делится своим личным мнением о сериалах, используя при этом следующие слова: «смишно», «актерский состав бомба» и т.д., используя слэнг при оценивании как эффективный инструмент коммуникации с аудиторией.

Образ адресата. Адресатом треда является широкая аудитория, и, чтобы ее удержать, автор, как правило, не использует адресных обращений. Общение с адресатом сфокусировано на поддержании и создании эффекта диалога, поэтому часто встречаются призывы и просьбы задать вопрос, высказать мнение. Например, пользователь «Lady_Luther» пишет: «А, ну и буду благодарна за репост и буду рада ответить на ваши вопросы. Если хотите спросить о личном – жду в дм, более общие вещи опишу в треде». Таким образом, адресат треда – человек, у которого есть интерес к автору и развиваемой теме. Посредством возможности комментирования, лайка и репоста адресат может эксплицитно выразить свою оценку.

Итак, тред – виртуальный, информативно-оценочный жанр, направленный на массового адресата с целью познакомить его с новой информацией разного характера. Интерфейс платформы поддерживает интерактивность автора и адресата.

Литература

1. Горошко Е.И., Полякова Т.Л. К построению типологии жанров социальных медий // Жанры речи. 2015. № 2 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-postroeniyu-tipologii-zhanrov-sotsialnyh-mediya-1> (дата обращения: 22.04.2020).
2. Лебедева Н.Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования // Вестник Башкирского государственного педагогического университета. Серия Гуманитарные науки. 2001. № 1. С. 6–12.
3. Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов : Колледж, 1997. Вып. 1. С. 88–99.