

УДК 81+81'23+81'27  
DOI 10.17223/18137083/54/17

**В. А. Копцева**

*Новосибирский государственный педагогический университет*

**Жанр твиттинга  
в политическом дискурсе Г. А. Зюганова**

Анализируется языковая личность политического деятеля, репрезентированная в жанре твиттинга. Предпринята попытка описать жанровые признаки в рамках анкеты Т. В. Шмелевой. Материалом для анализа послужили сообщения политика, зафиксированные в социальной сети Твиттер объемом свыше 1 500 твитов за период с 2012 по 2015 г. На основе анализа твит-сообщений определена многоаспектность коммуникативных целей политика. Раскрывается сущность проблемы стратегической деятельности языковой личности в виртуальном дискурсе. Выделяются и описываются характерные особенности образа автора. В статье представлены проблемы полифункционально и прагматически ориентированного коммуникативного пространства в дискурсе политика. Отмечаются полиадресованность коммуникации и диффузность адресата. Выявлены образ прошлого и будущего, политически ориентированный диктум, а также языковая организация твиттинга.

*Ключевые слова:* политическая коммуникация, языковая личность, речевой жанр, жанрообразующие признаки, твиттинг.

На сегодняшний день Интернет завоевал достаточно весомую часть аудитории, проникая во все сферы жизнедеятельности людей и выступая, таким образом, как глобальное средство массовой информации. Всемирная сеть предоставляет возможность иметь быстрый доступ к новостным ресурсам и индивидуальный выбор источников информации. Интернет-ресурсы служат основой для поддержания востребованности и конкурентоспособности человека в коммуникативной среде. В связи с этим актуальность выхода в электронное пространство (например, в социальные сети) многих современных политиков не вызывает сомнений: используя различные модели взаимодействия онлайн и оффлайн можно добиться приобретения либо расширения аудитории, особой популярности и повышения рейтинга [Амурская, 2010; Баркович, 2015; Измайлов, 2011; Левоненко, 2004; Усачева, 2011].

*Копцева Валентина Александровна* – аспирант кафедры современного русского языка Новосибирского государственного педагогического университета; старший преподаватель кафедры русского языка и литературы Инновационного Евразийского университета (ул. Виллойская, 28, Новосибирск, 630126, Россия; 83\_valentina@mail.ru)

ISSN 1813-7083. Сибирский филологический журнал. 2016. № 1  
© В. А. Копцева, 2016

Твиттер – социальная сеть, находящаяся сегодня на третьем месте среди всех информационно-виртуальных ресурсов, появился в марте 2006 г. Однако в России он стал использоваться гораздо позже. Целью статьи является определение специфики функционирования жанра твиттинга в дискурсе языковой личности политического деятеля КПРФ Геннадия Андреевича Зюганова, который становится зарегистрированным пользователем Твиттера с февраля 2010 г. Материалом для изучения послужили сообщения, опубликованные с 12 марта 2012 г. (дата появления первых твитов политика) по 2015 г., объемом свыше 1 500 текстов за указанный период. Данные о подлинности анализируемого профиля подтверждены ссылкой на персональную странице Председателя ЦК КПРФ, расположенной на официальном сайте КПРФ<sup>1</sup>. Теоретическим основанием для анализа твиттинга послужила модель речевых жанров Т. В. Шмелевой [1990, с. 20–32].

В настоящий момент в научных исследованиях наблюдается терминологическая вариативность в наименовании объекта изучения (твит, микроблог, Твиттер, твиттинг, твит-сообщение). Мы, придерживаясь точки зрения Е. И. Горошко, Е. А. Земляковой и Т. Л. Поляковой, определяем данный жанр именно как **твиттинг**, т. е. интернет-жанр, обеспечивающий общение с помощью интернет-сервиса Твиттер [Горошко и др., 2012]. В своих исследованиях данные авторы настаивают «на применении и адаптации к жанровой системе интернет-коммуникации именно понятия “речевой жанр”. <...> Проблема жанров, которые функционируют и развиваются в социокоммуникативном пространстве Интернета, достаточно сложна. В этом пространстве границы между жанрами гораздо более размыты и подвижны, чем в реальной коммуникации, что, в принципе, объясняется незавершенностью, а вернее перманентностью процесса формирования в нем жанров, а также теми специфическими особенностями, которые отличают интернет-коммуникацию от реальной коммуникации: постоянное и достаточно стремительное развитие интернет-технологий вызывает бесчисленное количество преобразований в коммуникативном пространстве Интернета» [Там же].

Мы, как А. О. Федоров и И. В. Юрик, рассматриваем микроблог в виде системы публикаций стандартными короткими сообщениями до 140 символов, используемой с целью упрощения создания блогов для людей, не владеющих навыками работы в блогосфере [Федоров, Юрик, 2013, с. 8]. Сообщения выстроены линейно во времени по принципу «обратной» композиции: «первое из появившихся сообщений находится в конце текста, а последнее – в начале» [Какорина, 2007, с. 75].

Главнейшим параметром модели любого речевого жанра является **коммуникативная цель**. В анализируемых нами твитах, коммуникативная цель многоаспектна и варьируется в зависимости от ситуации. Наличие разных коммуникативных целей объясняется сложностью этого жанра, поскольку твиттинг соотносится с несколькими взаимосвязанными речевыми актами и является результатом стилистической трансформации других речевых жанров.

Информативная цель представлена жанрами сообщения (*Против многострадальной Сири уже второй год ведется война нового типа*<sup>2</sup>), объявления (*В субботу, 3 января в 13:35 буду выступать на телеканале «Россия 24» об итогах года*), анонимной новости [Осетрова, 2009] (*Докладывают, что переданный мною студентам РГТЭУ привет был встречен шквалом аплодисментов*). Лидеру партии важно публично донести до адресата сведения о своей общественной деятельности, о политических планах на будущее, о результатах поездок и др. В основном сообщения представлены в виде мини-отчетов о проделанной работе,

---

<sup>1</sup> [https://twitter.com/G\\_Zyuganov](https://twitter.com/G_Zyuganov)

<sup>2</sup> Здесь и далее примеры взяты из [https://twitter.com/G\\_Zyuganov/](https://twitter.com/G_Zyuganov/) (авторская орфография и пунктуация в примерах сохранены).

совершенных поездках, встречах, концертах, вечерах, круглых столах и т. д. Как правило, такие твиты построены по принципу телеграфного стиля.

Императивная цель Г. Зюганова, означающая прямое или косвенное воздействие на своих читателей, реализуется через жанры приглашения (*1 Мая, в День международной солидарности трудящихся, приглашаю всех на шествие в Москве!*), совета (*Всем, кто интересуется работой представителя КПРФ в ЦИК – советую почитать особое мнение Колюшина – не в бровь, а в глаз*), обещания (*КПРФ сделает все, чтобы братский народ Крыма уверенно двигался вперед!*), призыва (*Давайте склоним сегодня головы и выразим соболезнования родным и близким погибших в авиакатастрофе под Тюменью*) и требования (*Требуем немедленно прекратить провокации и нападки в отношении Коммунистической партии*).

Экспрессивность твитов достигается автором за счет введения инфинитивных предложений, выражающих призыв к действию: *Остановить империалистическую агрессию против Сирии!*; *Это необходимо немедленно прекратить!*; *Антикоррупционную инициативу молодежи надо рассмотреть немедленно!*

Весьма распространены сообщения в виде лозунга. Например: *В 2014-й – с большевистским оптимизмом!*; *Наша сила и будущее – в соединении мудрости старших и энергии молодых!*; *Солидарность трудящихся – залог победы над антинародным режимом!*; *От года прозрений к времени свершений! Россия требует перемен!*; *Наши лозунги: За достойную жизнь! Жуликов вон из власти!* В большинстве случаев лозунги отражают идеологические принципы советского времени.

Лозунги, столь употребительные в виртуальном дискурсе политика, имеют трансформационное происхождение. Как отмечает Т. И. Стексова, «жанр обещания, характерный для предвыборного политического дискурса, в “послевыборный” период претерпевает ряд модификаций, связанных с заменой объекта обещаний, с утратой исполнительского характера жанра. Утрата императивности как одного из основных жанрообразующих признаков, замена ее декларативностью приводят к мутации жанра обещания в жанры политического лозунга и самопрезентации» [Стеклова, 2011, с. 65–66]. Например: *Все патриотические силы нашей страны должны объединиться в отпоре ползучей агрессии враждебного России военного блока! Провокаторы должны знать: мы сумеем отстоять своих друзей и товарищей!* Данные примеры демонстрируют трансформацию жанра обещания в жанр лозунга со значением долженствования.

В жанре твиттинга проявляется и этикетное целеполагание, когда политик соблюдает этикетные правила, поздравляя аудиторию с наступившим праздником (*От всей души поздравляю преподавателей, студентов, аспирантов с Днем российского студенчества!*), выражая благодарность (*Дорогие друзья! Примите мою самую искреннюю благодарность за ваши теплые и душевные поздравления. Спасибо вам!*) или соболезнование адресатам (*Мои соболезнования в связи с кончиной Валентина Распутина*) – как частным лицам (известным политическим и общественным деятелям, членам компартии), так и обобщенным (народу). Твиттер-аккаунт политика носит официальный статус, о чем свидетельствует позиционирование его на интернет-странице не как рядового пользователя сети, а как председателя ЦК КПРФ, руководителя фракции КПРФ в Государственной думе РФ.

Императивно-оценочная интенция осуществляется через жанр обвинения (*Спорт для очень многих стал недоступным. В спортзал и на стадион без денег не попадешь. И виновата в этом власть: и Правительство, и Путин*). В данном случае автор использует глагольный квалификатор обвинения для выражения оценки и эмоционального влияния на возможную корректировку поведения объекта критики в будущем.

Центром микроблога, придающим ему неповторимое своеобразие, считается **образ автора**. В виртуальном дискурсе физическое присутствие пользователя заменено моделируемым образом говорящего. Автору-политику микроблога важно, чтобы его страницу посетили как можно больше пользователей. Этой идее подчинена **стратегия самопрезентации**, направленная на привлечение аудитории. Она реализуется при помощи глаголов с семами положительной социальной оценки собственных поступков. Например: *На встрече лидеров фракций с Путиным представил предложения КПРФ по развитию страны. Добился, что капремонт не будут перекладывать на жильцов.*

Г. Зюганов широко использует **стратегию дискредитации**, направленную на понижение статуса внешних (США, Украина) и внутренних политических противников. Формированию данной стратегии служат: тактика упрека (1), тактика наклеивания ярлыков (2), тактика открытого обвинения (3):

(1) *Президент заявлял, что рост тарифов ЖКХ не превысит инфляции. Но они уже выросли 10–15 %. Почему руководители не выполняют прямые указания?*

(2) *Необходимо защитить интеллект нации! В противном случае страной останутся «рулить» коекаеры и крайне корыстные неумехи.*

(3) *Спорт для очень многих стал недоступным. В спортзал и на стадион без денег не попадешь. И виновата в этом власть: и Правительство, и Путин.*

Первый пример представляет собой ситуацию речевого неодобрения, в которой ожидаемого результата не достигнуто, т. е. обещание президента не выполнено. Усиливает упрек вопрос, заданный уже не президенту, а аудитории Твиттера. Во втором примере лексические единицы с негативной коннотацией *коекаеры*, *неумехи* демонстрируют речевую агрессию политика через прием наклеивания ярлыков. Лексема *коекаер*, принадлежащая сатирику М. Задорнову и именующая людей, плохо либо с большим трудом выполняющих свою работу, употреблена в одном ряду со словом *неумехи* и усиливает пейоративный оттенок высказывания. В третьем высказывании Г. Зюганов обвиняет власть, ссылаясь не на аргументы, содержащие обоснование вины, а на общеизвестные факты (*Спорт для очень многих стал недоступным. В спортзал и на стадион без денег не попадешь*) с целью воздействия на виртуальных пользователей.

Опираясь на типологию языковых личностей, разработанную К. Ф. Седовым [Седов, 2000, с. 7], мы относим Г. А. Зюганова к инвективному типу (конфликтно-манипуляторскому подтипу) личности, поскольку его коммуникативное поведение характеризуется использованием сниженной лексики, грубостью, навешиванием ярлыков. В то же время проявление этикетности, отсутствие ответных комментариев к собственным твитам, расцененные как уход от конфликта (словесной войны), свидетельствуют о рационально-эвристическом типе личности лидера КПРФ. Такое варьирование свидетельствует об использовании речевой маски [Шпильман, 2006] в виртуальном дискурсе Г. Зюганова.

Как известно, микроблоги предназначены для людей, пользующихся мобильными устройствами и ведущих активный образ жизни, который заставляет их большую часть времени проводить в поездках, встречах и т. д. Под никнеймом @G\_Zyuganov, обозначающим имя пользователя в сети, виртуально представлена реальная личность политика. В профиле, содержащем общую информацию о пользователе, присутствует ссылка на официальный сайт КПРФ<sup>3</sup> и указание на город проживания – Москва. Общее количество твитов (более 1 500) свидетельствует о стремлении политика быть оперативным. Для сравнения: в профилях Д. Медведева и В. Путина – более 1 000 и 1 700 твитов соответственно (на июль

<sup>3</sup> <http://kprf.ru/personal/zyuganov>

2015 г.). Однако если в 2012 и 2013 гг. у Г. Зюганова чаще всего встречались простые твиты – собственные сообщения, оценки и мнения о тех или иных событиях, то в 2014 г. он публикует преимущественно твиты с добавочными ссылками на твит-аккаунты @kprf и других пользователей, а также фото и видео различных сервисов и сайтов (например, Youtube). Это говорит о том, что в первые годы ведения микроблога автору было важно закрепить в сознании интернет-аудитории идентичность виртуальной и реальной личности при помощи высказываний собственной и партийной точек зрения. Ср.: *Готовясь к XV съезду, 20-летию партии, мы примем новую стратегию и тактику борьбы, основой которой станет повышение боевитости партии. На совещании партийного актива сказал товарищам прямо: «Не должно быть никакого уныния, должна быть мобилизация. Впереди немало трудностей».*

Твиты в виде коротких фраз придавали микроблогу спонтанность, подчеркивали естественность речи. В последующие годы политик смещает акценты в сторону большей информативности и креолизованности твитов – поэтому так распространены ссылки на полнотекстовые статьи и видеоролики его интервью и др. Например: *Желаю здоровья и успехов всем людям, устремленным к свету Истины, Добра и Справедливости! С Рождеством Христовым!*

Сложные твиты с использованием ссылок в сообщении построены, как правило, в виде схемы: емкий заголовок + ссылка. Гипертекстовый стиль подачи твитов обусловлен стремлением передать как можно больше интересной и наглядной информации в рамках, ограниченных 140 символами. Вследствие этого сложный вид твита в интернет-дискурсе политика более частотен. Кроме того, многие ссылки ведут на официальный сайт КПРФ, где представлена полная информация о событиях партии, ее программе и т. п., что можно рассматривать как дополнительный пиар-ход.

Как известно, привлечь внимание виртуальных читателей может только яркая, неповторимая личность, которая имеет свою точку зрения и особое видение темы. В некоторых случаях высказывания политика в Твиттере достаточно резки и привлекают тем самым внимание широкой аудитории: *Американского посла в Ливии расстреляли, как последнюю собаку. Это был главный специалист по ливийской «революции». Он получил то, что посеял.*

По сведениям средств массовой информации, Госдепартамент США предпринял попытки рассмотреть варианты санкций по отношению к Г. Зюганову в связи с данным твитом. Примечательно, что через несколько минут после его опубликования последовала незамедлительная реакция пользователей Твиттера, что позволило попасть твиту в топ Твиттера на 13-е место (147 ретвитов и 19 ответов). В скором времени в интервью Российскому агентству международной информации «РИА Новости» политик подчеркнул, что его неправильно поняли. «Присутствовали более 100 человек, которые слушали этот комментарий. А в Твиттере, видимо, помощники сжали до двух-трех фраз и исказили суть высказанного», – прокомментировал ситуацию лидер КПРФ<sup>4</sup>.

На официальном сайте КПРФ по состоянию на 1 января 2015 г. был представлен новый рейтинг аккаунтов членов ЦК КПРФ, депутатов Государственной думы и партийных активистов. Отмечается, что лидером в рейтинге твиттер-аккаунтов является Председатель ЦК КПРФ, причем «с фиксации данных предыдущим рейтингом количество его читателей увеличилось на 14 978 человек»<sup>5</sup>.

В рейтингах популярности пользователей Твиттера профиль лидера КПРФ не указан (например, в поисковике по категориям политических микроблогов рейтинга русскоязычного Твиттера twirate.ru). В общем списке российских политиков

<sup>4</sup> <http://www.mn.ru/politics/140264>

<sup>5</sup> <http://kprf.ru/party-live/cknews/137928.html>

данный пользователь не упоминается вообще. И тем не менее среди политиков собственной партии профиль Г. Зюганова занимает центральное место. Кроме того, эффективным, по мнению специалистов, считается микроблог, число подписчиков которого составляет порядка 2 000 человек, а у лидера КПРФ их уже более 260 000.

Микроблогу Г. Зюганова свойственны деловая тематика и официально-деловой стиль общения с подписчиками. Коммуникация между политиком и аудиторией является односторонней, так как политик не отвечает на реплики пользователей (фолловеров). Адресат здесь мыслится как пассивно воспринимающий информацию, что характерно для институционального дискурса.

Доминирование личного местоимения *мы*, употребляемого в сообщениях политика, показывает, что Твиттер-сервис используется им как трибуна для заявлений от имени партии, для выстраивания отношений и расширения популярности коммунистической партии.

Следует отметить, что частота обновления микроблога политика недостаточно высока – в публикациях твитов и ретвитов Геннадия Зюганова нет четкой периодичности: они могут появляться как ежедневно, так и с разрывом в несколько недель. Причем объектами ретвита становятся аккаунты представителей и организаций компартии (Hugo Chávez Frías@chavezcandanga, Валерий Рашкин@RashkinV, Клычков Андрей@kly4kov), аккаунты представительств КПРФ (КПРФ@kprfnews, Штаб ИванаМельникова@melnikov\_info, КПРФ ТВ | Интернет@kprftv), аккаунты политически активных пользователей (Алексей Рябцев@AVRyabtsev, Алексей Богачев@ambindian, Жуковский Владислав@vlad\_zhukovskiy), аккаунты СМИ и их представителей (Ura.ru@ura\_ru, Vladimir Soloviev@VRSoloviev). Тематически все ретвиты так или иначе имеют отношение к коммунистической партии или непосредственно к Г. А. Зюганову. Как отмечает А. П. Атягина, «апеллятивная функция ретвиттинга может обнаруживаться в рамках определенной коммуникативной игры – поиска “своих” по определенному признаку» [Атягина, 2014, с. 92]. Для ретвитов языковой личности политика актуальна функция референции, «закрывающая отсылку на другие тексты, людей, сообщения и цитаты» [Там же, с. 93].

Микроблог предлагает любому пользователю широкую аудиторию, поскольку электронный сервис позволяет передавать сообщения не одному адресату, а множеству. В итоге, жанр твиттинга характеризуется полиадресатностью, в результате чего обмен информацией происходит более интенсивно. Такой вид компьютерной коммуникации называется мультиперсональной (one-to-many) [Галичкина, 2014, с. 66]. Конкретными участниками коммуникации являются подписчики политика, отмеченные официальным статусом на странице Г. Зюганова. Как показывает обзор персональной страницы политика в Твиттере, к ним относятся сторонники и оппоненты компартии, пенсионеры, студенты, представительств различных организаций, форумов, тренингов, школ, центров, филиалов и др. Познакомиться с твитами автора могут также пользователи, не являющиеся официальными читателями Зюганова, а также анонимы. Как пишет Е. В. Какорина, «неопределенная множественность и неизвестность партнеров коммуникации – характерная черта сетевого общения» [Какорина, 2007, с. 92]. Доступ неограниченного числа пользователей к сообщениям автора определяет полихромный режим твиттинга. Потенциально диалог предусмотрен технической функцией комментирования сразу после текста твита [Колокольцева, 2014, с. 141]. Для твитов характерен небольшой разрыв во времени между публикацией сообщения автором и его прочтением адресатом. Дискуссионность сообщений позволяет читателям вовлечься в аналитический процесс обсуждения твитов. Быстрая смена реплик приближает виртуальный дискурс к естественному. Н. Г. Трофимова отмечает, что «на смену пассивному читателю-реципиенту текста в Интернет при-

ходит “читатель-игрок”, активно участвующий в творческом процессе, обладающий “параллельным восприятием” и создающий свои собственные тексты» [Трофимова, 2011, с. 56].

Адресат твитов Г. Зюганова обобщен: политик обращается к аудитории при помощи лексем *друзья, соотечественники, товарищи, комсомольцы, учителя* и др., часто употребляя определительное местоимение *все* (*Тепло и сердечно поздравляю всех участковых уполномоченных полиции с Днём участкового!; 1 Мая, в День международной солидарности трудящихся, приглашаю всех на шествие в Москве!; Друзья! От всей души поздравляю вас с Днём международной солидарности трудящихся!*). Информативная составляющая твиттинга в дискурсе Зюганова предполагает дальнейшую передачу адресатом сообщения, императивная – возможное исполнение действия адресатом-исполнителем, оценочная – оценку сообщаемого.

**Образ прошлого** не имеет жесткой регламентации в дискурсе Г. Зюганова. Появлению жанра твиттинга могут способствовать как речевые события (заявление, предложение, приглашение, осуждение), так и социальные события (юбилей, смерть соратника, выступление, съезд партии).

**Образ будущего** жанра твиттинга предполагает появление ретвитов читателем. Поскольку микроблог располагает такими функциями, как «поделиться в личном сообщении», «скопировать ссылку на твит», «разместить твит», «игнорировать», «внести в черный список», «пожаловаться», твит-сообщение может послужить поводом для обсуждения в различных социальных сетях в виде создания отдельных жанров виртуального дискурса (ответных твитов, блогов, чатов, статусов и др.). Данные возможности позволяют приобрести многочисленную аудиторию, а высказыванию политика придать резонанс, особенно если твит оформлен как вопрос (*Как наши производители сельскохозяйственной продукции смогут конкурировать с кем бы то ни было при таких ценах на ГСМ и правилах ВТО?; Каким образом президент реагирует на представление лидеров фракций, настаивающих на немедленной отставке господина Ливанова?; Как создать 25 млн. рабочих мест, если в последние годы практически не строятся крупные наукоемкие производства и предприятия?*).

**Диктумное содержание** твиттинга связано с политическими событиями страны и мира, с участием политика в жизни соратников и рядовых пользователей.

Г. Зюганов чаще всего публикует сообщения острополитического и остросоциального характера (*Бюджет-2014 – это бюджет стагнации, уничтожения базового производства и вымирания страны; Москва перегнала Нью-Йорк по количеству миллиардеров; Расслоение в обществе нарастает, и оно выльется в политические потрясения*). Временная перспектива диктума свидетельствует о полисобытийности и информативности твиттинга, поскольку он содержит серию эпизодов и фактов прошлого и настоящего. Примечательно, что политик «играет на контрасте»: события страны и мира видятся им резко отрицательно (*Без классной вузовской системы, связи её с реальной наукой и производством, отраслевой наукой и наукой будущего, никаких перспектив у нас нет; Наша страна не может существовать без национальной идеи!*), тогда как действия КПРФ – сугубо положительно (*Предложения КПРФ о бюджетном федерализме были встречены очень положительно; Получил благодарственное письмо от ветеранов-ядерщиков ВНИИХТ за оказанную поддержку. Рад был помочь!*).

В микроблоге Г. Зюганов постоянно говорит о том, что, где и когда он сделал/делает, о своих планах на будущее. Это закономерно, потому что первоначально этот сервис предполагал фатическое общение пользователей – обмен твитами по теме «Чем ты в данный момент занят?». В электронной коммуникации для обозначения ситуации, места, темы сообщения служат специальные символы, называемые хэштегами (#) [Атягина, 2014, с. 60]. Анализ частотности включения

хэштегов в текст сообщения показал динамику роста: в 2012 г. – один (#наномодернизация), в 2013 г. – два (#ДеньПравды, #НСК), в 2014 г. – 11 (#Автопробег, #ВМФ, #Россия, #ДНР, #ЛНР, #Украина, #ЮгоВосток, #Выборы, #9Мая, #Москва, #Крым), в 2015 г. – больше 10 (#кризис, #КПРФ, #Россия, #Бессонов, #антигосударственные силы, #Мариуполь, #каратели, #Украина, #Новиков, #Московский комсомолец). Если в 2012–2013 гг. хэштеги упоминались единично для обозначения российских государственных процессов, мероприятий и мест их проведения, то начиная с 2014 г. гораздо чаще публикуются хэштеги о политических событиях глобального характера. В твит-сообщениях доминируют хэштеги #Россия, #КПРФ, носящие локальный и политический характер. Взяв за основу классификацию А. П. Атягиной, укажем, что основная функция представленных хэштегов – «продвижение новостей до их аудитории: в такой ситуации цель помогают достичь соответствующие хэштеги, обозначающие то или иное событие, ключевую персону или место действия» [Там же, с. 62]. В зависимости от политической насыщенности в разные годы ключевыми темами политика, закрепленными в хэштегах, были развитие наномодернизации в 2012 г., празднование фестиваля «День Правды» в Новосибирске в 2013 г. и украинские события 2014–2015 гг. Использование хэштегов служит не только сжатию информации, но и продвижению пользователя, привлекающего «внимание к своей странице (ведь увидеть ее смогут даже те люди, которые иначе никогда бы не заглянули на нее)» [Там же, с. 73].

В русле фатической коммуникации с целью привлечения широкой публики политический лидер поздравляет адресатов из разных слоев населения с профессиональными, государственными и коммунистическими праздниками (Новый год, Пасха, День медицинского работника, День космонавтики, День молодежи, День русского языка, День рождения комсомола, День чекиста, День советской печати и т. д.). Наличие поздравительных твитов объясняется тем, что фатической целью текстовых сообщений является установление и поддержание контактов с пользователями, которые впоследствии реально или потенциально могут стать избирателями политика. Примечательно, что поздравления адресованы также соратникам Г. А. Зюганова и партийным корифеям: Фиделю Кастро, Раулю Кастро, первому секретарю ЦК Компартии Украины П. Н. Симоненко и др.

При анализе **языкового воплощения** жанра обращает на себя внимание в основном публицистическая и официально-деловая окраска текстовых сообщений. Элементы разговорного стиля встречаются редко (*Продуваем американцам. Игра есть игра, конечно. Но все последнее время играли неубедительно. Это следствие общей ситуации в спорте*). Частотна книжная лексика: *заявление, депутаты, пенсионная реформа, партия, приоритет, потенциал, бюджет, финишная прямая*.

Языковая личность Г. Зюганова консервативна: в сообщениях практически не обнаружены средства, которые весьма популярны в интернет-аудитории – эмотиконы, явления капитализации (выделение заглавными буквами слов и их частей), обилие вопросительных и восклицательных знаков. Отметим единственный пример употребления эмотикона, обозначающего улыбку: *Спасибо всем за поздравления с днем Рождения! :) Тронут*. Экспрессивность достигается другими образительно-выразительными средствами: метафорами (*заканчивается 2013-й под гром сражения за будущее страны, либеральная карусель правительства, политический Чернобыль*), эпитетами (*фашистский сценарий, дохлая утка, два самозванных министра, ельцинская «танковая» Конституция, преступная реформа, «косметические» методы*), сравнениями (*как последнюю собаку, как шулер из рукава*), олицетворениями (*бушует кризис*). Политик усиливает образность своей речи использованием пословиц, поговорок: *Сегодня 770 лет победе русских воинов над немецкими рыцарями на Чудском озере. Кто с мечом к нам придёт придет... Встретим же НАТО достойно! Всем, кто интересуется работой*

представителя КПРФ в ЦИК – советую почитать особое мнение Колушина – не в бровь, а в глаз. Характерным приемом в твиттинге политика является градация – нанизывание экспрессивных прилагательных для усиления отрицательной оценки (*Это дикий, жуткий, страшный фарс, который опошляет всю международную обстановку; Не было еще в истории Украины такой абсолютно невежественной, никчемной, ни к чему не способной власти, не уважающей свой народ; Бандитский, агрессивный, спекулятивный капитализм должен уйти в историю!*).

В словарном запасе виртуальной языковой личности выявлены слова, относящиеся к разговорно-обиходной лексике инвективного характера: *жулики*, «*нанозадницы*», *не жирно ли, рулить*; к лексике с пейоративным значением: *омерзительно, коррупционеры, преступники, самозванные министры, беспардонный акт, маразм, низость, подлость, российские нувориши*.

Встречаются в исследованном дискурсе элементы языковой игры, приобретающие особый смысл в политическом контексте. Представленные примеры демонстрируют ироничное отношение к идеологическим оппонентам посредством обыгрывания слов *культура – бескультурие* (*Обратился с открытым письмом к министру бескультурия*), включения хиазма, использующегося при создании афоризма (*Тех, кто искореняет историю, история может искоренить в ответ*), трансформации названий литературных произведений (*Кому в Москве жить хорошо?*). В примере – *Запугивание и карательные меры в отношении оппозиции – вот к чему движется страна после оглушительной «чурровой победы»* – мы наблюдаем видоизменение крылатого выражения «пиррова победа». Победа античного царя Пирра над войском римлян высокой ценой человеческих жертв соотнесена здесь с ситуацией, произошедшей с В. Е. Чуровым, председателем Центральной избирательной комиссии РФ, отвечающим за взаимодействие с политическими партиями. Известен факт, что в январе 2012 г. КПРФ внесла проект постановления о недоверии главе Центризбиркома.

Словообразовательные особенности твитов обуславливаются компрессией и проявляются в виде инициальных аббревиатур (*ЦК КПРФ, КНДР, ПАСЕ, ГД, РАН, СПК, РОСНАНО, ГСМ, ВНИИХТ*), сложносокращенных слов (*пленарка, генсек, партконференция, погранвойска, политсистема*), сокращения на графемном уровне с использованием специальных символов (*нефте\$*). Особый интерес представляет употребление аббревиатур «инициального» типа, состоящих из начальных букв фамилий, имен и отчеств В. Путина (*ВВП*) и Д. Медведева (*ДАМ*), приобретающих в контексте ироничной песни и образа Б. Ельцина саркастический смысл: *От ВВП и ДАМ мы слышим: «Все хорошо, прекрасная маркиза! Будем и дальше двигаться курсом вороватого и стившегося Ельцина». Нет уж, хватит.*

В большинстве твитов используются неполные синтаксические конструкции с пропущенным подлежащим (личным местоимением 1-го лица), которые начинаются, как правило, с глагола совершенного вида в прошедшем времени и актуализируют семантику свершившегося события: *Провел встречу с группой советских и российских военачальников; Направил поздравительную телеграмму ЦК Компартии Чили в честь 100-летия создания партии; Наградил грамотами финалистов конкурса детского творчества «Салют, пионерия!»*. В результате у аудитории складывается образ деятельного политика, который исполняет ежедневные партийные поручения и занят общепартийными проблемами: *Потребовал от президента Якутии и Генпрокуратуры восстановить трудовые права уволенных лидеров независимого профсоюза*.

В дискурсе языковой личности синтаксические конструкции иногда осложняются инвективными высказываниями грубого характера: *Выборы в Раду не при-*

знаем – там не пахнет демократией, пахнет нацизмом. Работать с психопатами и педерастами не будем.

Текст сообщений испытывает влияние синтаксической компрессии. Уменьшению размера высказывания, а также особой экспрессивности синтаксических построений способствуют парцелированные конструкции в виде расчленения синтаксических построений, воспроизводящих особенности речевой манеры автора повествования (*Провел встречу с группой советских и российских военачальников. Все согласны, что СССР – наша общая Родина. Наша гордость. Наша будущая мечта*), эллипсис (*Главный кризис не в финансах, а в кадровой политике! Вам – самые теплые поздравления и самые добрые пожелания в день 95-летия ВЛКСМ!*), членение (*В 2014-й – с большевистским оптимизмом! Хоть и заканчивается 2013-й под гром сражения за будущее страны*).

Подводя итоги, отметим, что Твиттер необходим Геннадию Зюганову не только как модный сервис, как канал для общения и распространения информации, но, прежде всего, как «идеологический рупор». В личном микроблоге Г. А. Зюганова доминируют сообщения с установкой на информативность и воздействие с проявлением агрессии и дискредитации оппонентов.

Потенциал твиттинга не использован Г. Зюгановым в полной мере: в сообщениях отсутствует активное взаимодействие с гражданами в форме открытого диалога, которое положительно бы влияло на имидж политика. Твиттер предполагает горизонтальное [Какорина, 2007, с. 69] ведение межличностной коммуникации по открытой схеме «адресант – адресат – адресант – адресат – ...», однако политик воспринимает читателей в статичной вертикальной плоскости «адресант – адресат», что образует замкнутый коммуникативный канал между отправителем и получателем. Несмотря на то, что автор выстраивает общение по типу институционального дискурса, где должна соблюдаться официальность и иерархичность между участниками коммуникации, он же нарушает официальный характер твиттинга языковыми средствами выражения оценки.

Твит-сообщениям Г. Зюганова присущ контаминированный характер: в них сочетаются черты делового, публицистического и разговорного стилей. Последнее, возможно, объясняется ориентацией на массового читателя, желанием быть ближе к народу. Коммуникативное пространство твиттинга в дискурсе политика полифункционально, поскольку помимо этикетного автором публикуются сообщения информативного, императивного и императивно-оценочного характера.

### Список литературы

*Амурская О. Ю.* Языковая личность чат-коммуниканта в современном мире: сопоставительный аспект. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2010. 209 с.

*Атягина А. П.* Твиттер как новая дискурсивная практика: Дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2014. 151 с.

*Баркович А. А.* Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация: Учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2015. 288 с.

*Галичкина Е. Н.* Общая характеристика компьютерно-опосредованного дискурса // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: Коллективная моногр. / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. 2-е изд., стер. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 53–72.

*Горошко Е. И., Землякова Е. А., Полякова Т. Л.* Жанры 2.0: проблема типологии и категоризации на примере коммуникативного сервиса «Твиттер» // Жанры речи. Саратов; Москва: Лабиринт, 2012. Вып. 8. С. 344–357. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=236> (дата обращения 15.07.2015).

*Измайлов А. З.* Языковая креативность личности. Смоленск: Смоленская городская типография, 2011. 97 с.

*Какорина Е. В.* СМИ и интернет-коммуникация (области пересечения и проблемы взаимодействия) // *Язык современной публицистики: Сб. ст. / Сост. Г. Я. Солганик. 2-е изд., испр. М.: Флинта: Наука, 2007. С. 67–99.*

*Колокольцева Т. Н.* Диалог vs диалогичность в интернет-коммуникации // *Интернет-коммуникация как новая речевая формация: Коллективная моногр. / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. 2-е изд., стер. М.: Флинта: Наука, 2014. С. 139–158.*

*Левоненко О. А.* Языковая личность в электронном гипертексте (на материале экспрессивного синтаксиса ведущих электронных жанров): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Таганрог, 2004. 26 с.

*Осетрова Е. В.* Анонимная новость в пространстве городского общения // *Филология и человек. 2009. № 3. С. 37–45.*

*Седов К. Ф.* Типы языковых личностей по способности к кооперации в речевом поведении // *Проблемы речевой коммуникации. Саратов, 2000. С. 6–12.*

*Стексова Т. И.* Речевой жанр обещания в политическом дискурсе // *Политическая лингвистика. 2011. № 4(38). С. 63–66.*

*Трофимова Г. Н.* Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты: Моногр. М.: РУДН, 2011. 436 с.

*Усачева О. Ю.* Анализ дискурса диалогической коммуникации в Интернете. М.: Изд-во МГОУ, 2011. 370 с.

*Федоров А. О., Юрик И. В.* Как продвигать библиотеку в Твиттер. Секреты «кухни» библиотечного микроблога. М.: Пашков дом, 2013. 80 с.

*Шмелева Т. В.* Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка // *Russistik. Русистика: Научн. журн. актуальных проблем преподавания рус. яз. Berlin, 1990. № 2. С. 20–32.*

*Шпильман М. В.* Коммуникативная стратегия «речевая маска» (на материале произведений А. и Б. Стругацких): Дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2006. 229 с.

**V. A. Koptseva**

#### **Twitting genre in Gennady Zyuganov's political discourse**

The paper analyses a politician's linguistic personality, presented in the genre of twitting. An attempt is made to describe the genre characteristics in the framework of T. V. Shmeleva's questionnaire. Chosen as the source for the analysis were the politician's more than 1500 statements registered in the social networks of Twitter within the period from 2012 till 2015. Defined on the basis of the analysis of the twit statements was the multidimensionality of the politician's communicative aims. Unfolded is the essence of the linguistic personality's strategic activity in a virtual discourse. Differentiated and described are the characteristic features of the author's image. Presented in the paper are the problems of the polyfunctional and pragmatically oriented area in the politician's discourse. Note is made of the abundance and diffusivity of addressing. Revealed are the images of the past and of the future, the politically oriented dictum as well as the language organization of the twitting.

*Keywords:* political communication, language personality, speech genre, genre characteristics, twitting.

DOI 10.17223/18137083/54/17