

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

DOI 10.37386/2305-4077-2020-4-239-250

Я. А. Дударева¹

Кемеровский государственный университет

А. А. Бедарев²

Кемеровский государственный университет

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ТВИТТЕР»: СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТВИТТЕР-ПЛАТФОРМ В. ПУТИНА И Д. ТРАМПА³

Настоящая статья посвящена рассмотрению особенностей политического твиттинга как новой формы коммуникации президента с гражданами. В результате сопоставительного контент-анализа твиттеров президента России В. Путина и президента США Д. Трампа выявлено, что в аккаунте российского политика посты строятся как изложение какого-либо факта или новости, относящейся к президенту, и выполняют информативную функцию. Твиты Д. Трампа строятся как высказывания личного мнения президента и часто выполняют императивно-оценочную функцию. Д. Трамп посредством политического твиттинга делает попытку воздействовать на потенциальную аудиторию.

Ключевые слова: политическая лингвистика, интернет-коммуникация, контент-анализ, твиттер-платформа, социальные сети.

Ya. A. Dudareva,

Kemerovo State University

A. A. Bedarev

Kemerovo State University

POLITICAL COMMUNICATION ON SOCIAL NETWORK «TWITTER»: A COMPARATIVE STUDY OF TWITTER- PLATFORMS OF V. PUTIN AND D. TRUMP

This article is devoted to the consideration of the peculiarities of political tweeting as a new form of communication between the president and citizens. As a result of a comparative content analysis of the tweets of Russian President V. Putin and US President D. Trump, it was revealed that posts in the account of a Russian politician are constructed as a statement of any fact or news related to the President, and perform an informative function. D. Trump's tweets are

¹ Яна Александровна Дударева, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка Кемеровского государственного университета.

² Артем Александрович Бедарев, студент Кемеровского государственного университета.

³ Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РФФИ, проект № 19-012-00202 «Обыденная политическая коммуникация в социальных сетях: комплексный лингвистический анализ».

constructed as statements of the president's personal opinion and often perform an imperative evaluative function. D.Trump, through political tweeting, makes an attempt to influence a potential audience.

Key words: political linguistics, internet communication, content analysis, twitter platform, social networks.

Введение в проблематику исследования

Для настоящего времени характерен переход политической коммуникации в интернет-пространство, в связи с чем для лингвистов представляет особый интерес анализ использования ведущими мировыми политиками различных социальных сетей. Как известно, с лета 2020 года твиттер-аккаунты многих российских политиков оказались заблокированы в связи с политической пропагандой, которая была обнаружена администрацией названной социальной сети. Именно поэтому анализ твиттер-платформы В.Путина как главы российского государства представляется весьма актуальным, а сопоставление с твиттером Д. Трампа как главы еще одной значимой мировой державы позволит наглядно увидеть цели использования названными политиками своих твиттер-аккаунтов.

Твиттинг является «социокоммуникативным жанром» [Кобрин, 2016, с. 109], обладающим собственными стилистическими, жанрообразующими, структурными особенностями. Н. В. Кобрин описывает Твиттер как доступный, простой сервис для публикации контента, для которого характерна «легкость поиска и индексации информации, содействия с обществом, contagiозность (лат. *contagiosus* – заразительный), контактность, скоординированность, отвлеченность» [Кобрин, 2016, с. 9]. Основным определяющим фактором является особенность сервиса, позволяющая экономить речевые усилия как адресата, так и адресанта. Полиадресатность такого жанра катализирует обмен информацией между пользователями.

В современной лингвистике к настоящему моменту подробно описаны жанровые параметры твиттинга [Атягина, 2012; Гончарова, 2019; Кобрин, 2016; Сидорова, 2013; Чижик, 2015; Щипицина, 2011 и др.] и, в частности, политического твиттинга. Так, Е. И. Горошко и Т. П. Полякова провели «лингвистический анализ твиттинга как жанра компьютерно-опосредованной коммуникации на фонетико-графическом, лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях» [Горошко, Полякова, 2011, с. 54]. Их исследование показало, что на данной платформе проявляется синтез устной и письменной речи. Употребление лингвистических средств зависит от общей эрудированности коммуниканта, его образования, а также целей. Именно цель использования сервиса обуславливает его видовую номинацию как политического, развлекательного, экологического, научного и т. п.

Медиадискурс твиттера считается политическим, если «к сфере политики относится хотя бы одна из составляющих: субъект, адресат или содержание общения» [Шейгал, 2000, с. 45]. В отличие от обычных пользователей, аккаунт политика чаще всего сохраняет принятые нормы пунктуации, однако

такие тексты «всегда эмоционально окрашены, всегда четко прослеживается цель – завоевать голоса избирателей, а не просто поделиться с друзьями чем-то интересным, что свойственно коммуникации в социальных медиа» [Кобрин, 2016, с. 26]. Е. И. Горошко, Т. П. Полякова, выделяя жанрообразующие параметры при анализе политического твиттинга («цель, тип автора и адресата, хронотоп (время коммуникации), место, структурные характеристики (оформление жанра на экране компьютера, структура твитов, ограничение длины сообщения в 140 знаков, виды твитов, тематика твитов, мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность, оперативность), стилистические параметры») [Горошко, Полякова, 2014, с. 95], отмечают цель как основной параметр жанра, характеризуя ее следующим образом: «политики используют Твиттер как средство информирования пользователей о своих предвыборных программах, личных планах, а также о предстоящих событиях в политической сфере ...» [там же].

Политики стремятся приблизиться к своему электорату, что побуждает их создавать страницы в социальных сетях, писать там посты и делать различные заявления, которые считаются официальными, а позже подхватываются СМИ и транслируются на телевидении. Цель политика – публично донести до адресата сведения о своей общественной деятельности, о политических планах, о результатах поездок и др. Таким образом, как правило, целью аккаунта политического деятеля на платформе Твиттер является создание определенного имиджа политика, воздействие на его потенциальную аудиторию, публичное высказывание своего мнения относительно как политических, так и личных вопросов. Коммуникативное пространство твиттинга в дискурсе политика является полифункциональным и может содержать сообщения информативного, императивного и этического характера.

В современной лингвистике широко представлены исследования, посвященные в отдельности особенностям политического англоязычного и русскоязычного твиттинга. Так, из русских политиков, проанализированы твиттеры Г. Зюганова, Д. А. Медведева, В. Жириновского и др. [Агафонова, 2017; Иванова, 2011; Копцева, 2016]. Из аккаунтов англоязычных политиков наиболее популярными для изучения является твиттер-платформа действующего президента США Д. Трампа [Ванько, 2018; Кобрин, 2016; Харламова, 2018], также имеются комплексные лингвистические исследования, посвященные изучению англоязычных твиттер-аккаунтов [Горошко, Полякова, 2011; Переверзенцева, 2014]. Научные работы, выполненные в сопоставительном аспекте, на данный момент еще не получили широкого распространения в лингвистике, в то время как именно сравнительный аспект позволяет увидеть особенности целей использования разными политиками одних и тех же социальных сетей для коммуникации с гражданами. Именно названный аспект обуславливает новизну предпринятого нами исследования, а выбранный материал, относящийся по временным рамкам к августу-сентябрю 2020 года, позволяет сделать актуальные выводы.

Проводимое нами сопоставительное исследование твиттер-платформ В. Путина и Д. Трампа основывается на количественных результатах контент-анализа. Контент-анализ весьма активно используется в исследовании политических медиатекстов, поскольку позволяет выявить «частоты появления в тексте определенных, интересующих исследователя характеристик, которая позволяет ему делать некоторые выводы относительно намерений создателя этого текста или возможных реакций адресата» [Федотова, URL: <https://socioline.ru/pages/1-n-fedotova-analiz-soderzhaniya-sotsiologicheskij-metod-izucheniya-sredstv-massovoj-kommunika>]. Для описываемого исследования особый интерес представляет выявление самой активной лексики, которая используется Д. Трампом и В. Путиным в твитах. Список ключевых слов формируется путем автоматического анализа твиттер-постов на сервисе Text.ru. Качественный анализ полученных количественных данных по употреблению лексических единиц позволяет сделать выводы об особенностях и целях публикации сообщений в твиттер-аккаунтах рассматриваемых политиков.

Общая характеристика и контент-анализ твиттер-платформы В. Путина

Название аккаунта – «Президент России» – выдвигает на первый план именно политический статус В. Путина в обществе. Отсюда следует, что пользователь, заходящий на страницу «Президента России», сразу получает следующую установку о содержащемся контенте: минимум личной информации о В. Путине как об обычном человеке. Названную установку поддерживает также визуальное оформление аккаунта (герб России на главном фото, Кремль на фоновом изображении). Кроме того, в описании дается вполне конкретная информация относительно представляемого в аккаунте контента: «Правительственная учетная запись», «Кремль. Официальные новости».

С помощью контент-анализа было рассмотрено 30 постов, опубликованных за одну неделю (25.08.2020–01.09.2020) и выраженных в вербальной форме. Как правило, посты имеют лаконичную форму. Наиболее частотными синтаксическими конструкциями являются простые полные и неполные предложения, а также сложные предложения, в состав которых входят назывные, например: *Владимир Путин встретился с главами МИД стран ШОС, Совецание с @Pravitelstvo_RF: маркировка товаров, подготовка к осенне-зимнему сезону, Сегодня в Таджикистане отмечается национальный праздник – День независимости. Поздравление Президента, НовоОгарёво: Владимир Путин встретился с победителями конкурса управленцев «Лидеры России».*

Рассмотрим содержание постов, обратившись к количественным результатам контент-анализа. Наиболее распространенными в твитах В. Путина являются лексические единицы, представленные в Таблице 1.

Таблица 1

Количественные результаты контент-анализа твитов В. Путина

Лексема	Количество употреблений лексемы в анализируемых твитах
Президент	13
Владимир	10
Путин	9
Встреча	7
День	7
Поздравление	5
Приветствие	4
Совещание	4
Республика	4
Независимость	4
Год	4
Ситуация	4
Глава	4
Отмечаться	4

Перечисленные в вышеприведенной таблице слова входят в семантические группы «политика», «общество», «событие». Отметим, что использование лексем *президент*, *Путин* указывает на упоминание в постах президента в третьем лице. Следовательно, можно сделать вывод, что анализируемый нами аккаунт ведется не президентом, а группой специалистов (нет ни одного сообщения от первого лица).

Абсолютное большинство постов на твиттер-платформе В. Путина построено как изложение главной информации о каком-либо произошедшем событии, к примеру, *«На Сахалине начал работу Всероссийский молодёжный патриотический слёт “Острова”*. *Президент направил приветствие участникам*», *«Сегодня в России отмечается День шахтёра*. *Владимир Путин поздравил работников и ветеранов угольной отрасли*» и др.

Среди событий, упоминаемых в постах, выделяются следующие группы:

- официальные встречи и совещания с участием президента (*«Владимир Путин встретился с главами МИД стран ШОС»*; *«Совещание с @Pravitelstvo_RF: маркировка товаров, подготовка к осенне-зимнему сезону»*; *«Совещание по ситуации в Иркутской области: ликвидация последствий паводка 2019 года, помощь пострадавшим»*; *«Владимир Путин провёл рабочую встречу с врио губернатора Калужской области»* и т.д.).
- поздравление с праздниками (часто национальными), приветствия (*«Владимир Путин поздравил Председателя КНР Си Цзиньпина с годовщиной окончания Второй мировой войны»*; *«Сегодня народный артист РСФСР Валентин Гафт отмечает 85-летие. Поздравление Владимира Путина»*; *«Крым: Приветствие Президента участникам, организаторам и гостям Международного музыкального фестиваля “Дорога на Ялту”»*; *«Сегодня в Узбекистане отмечается День независимости. Поздравление Президента»* и т.д.).

• культурные события (*«Запущен архивный интернет-проект, посвященный преступлениям нацистов против мирного населения СССР в годы ВОВ»*; *«1 сентября: открытый урок для старшеклассников “Помнить – значит знать”, посвященный 75-летию Победы в Великой Отечественной войне и году Памяти и славы»*; *«На Сахалине начал работу Всероссийский молодёжный патриотический слёт “Острова”. Президент направил приветствие участникам»* и т.д.).

В твитах наблюдается этикетное целеполагание, когда политик поздравляет с каким-либо праздником или выражает благодарность как частным лицам, так и определенным группам (*«Сегодня в России отмечается День шахтёра. Владимир Путин поздравил работников и ветеранов угольной отрасли»*; *«Сегодня исполняется 25 лет со дня создания Международного общественного Фонда единства православных народов. Приветствие Президента»*).

Таким образом, аккаунт президента России представляет собой, скорее, новостной блог, чем место для выражения личного мнения. Это доказывает как содержательная ограниченность твитов, так и отсутствие лексической группы, выражающей эмоции и чувства. Также отсутствуют вводные слова группы «чувства», «источник сообщения», «обращение к собеседнику», личные местоимения, междометия. Большинство использованных лексем не обладают экспрессивностью и стилистической окраской, являются нейтральными (*урок, сегодня, встреча, год, разговор, начал, участник* и т.д.). Заметно влияние синтаксической компрессии, чему способствуют парцелированные конструкции (*«Совещание по ситуации в Иркутской области: ликвидация последствий паводка 2019 года, помощь пострадавшим»*).

Политическому лидеру необходимо публично донести до его пользовательской аудитории информацию о своей общественной деятельности, политических планах и результатах, официально поздравить или, наоборот, выразить соболезнование по какому-либо поводу. Большинство твитов построены по принципу телеграфного стиля (лаконичные сообщения, содержащие только главную информацию, без лишних отступлений). Тем не менее, многие сообщения креолизованы, то есть вербальный компонент часто дополняется невербальным, например, видео. Исходя из этого, можно сделать вывод, что целью политического твиттинга В. Путина является информирование граждан о его политической деятельности, а именно: привлечение внимания аудитории к событию, обеспечение надлежащей интерпретации и запоминания сообщения. В своем твиттере президент занимает нейтральную политическую позицию.

Стратегия самопрезентации, то есть создания определенного образа автора твиттер-платформы, реализуется косвенно через упоминание события и участия в нем президента. Актуализируется образ «вездесущности» автора (В. Путина), активно участвующего в событиях различных общественных сфер (политика, экономика, культура). Коммуникация между политиком и пользовательской аудиторией является односторонней, так как политик не отвечает на комментарии. Адресат здесь мыслится как пассивно воспринимающий информацию, что характерно для институционального дискурса. Такой вид коммуникации реализует мультиперсональную модель (один – многим).

Твиттер-платформа «Президент России» не раз входила и входит в рейтинг русскоязычного Твиттера. Тем не менее, аккаунт на данный момент не находится в мировом топе Твиттера, хотя такой факт имел место в 2014 и в 2016 годах.

Подводя итоги, отметим: твиттер-аккаунт В.Путина под никнеймом «Президент России» является официальной страницей политика и имеет 3,4 миллиона подписчиков. Твиты в данном аккаунте представляют собой новостные блоки из разных сфер общественной жизни с участием президента. Автор в силу нынешних тенденций активно использует как вербальные, так и невербальные компоненты, а также ретвиты, хештеги и репосты с других страниц. Лингвистический анализ твитов показал доминирование официально-делового стиля, книжной лексики, а также ограниченность тем. Отсутствие диалогичности обуславливается официальностью и иерархичностью между участниками коммуникации.

Общая характеристика и контент-анализ твиттер-платформы

Д. Трамп

Платформа Твиттер является очень востребованной в США, откуда и берет свои корни. Дональд Трамп, являющийся президентом Соединенных Штатов Америки с 2016 года, еще до своей политической карьеры был медийным лицом, что на данный момент помогает ему быть одним из наиболее популярных политиков на платформе Твиттер (85,8 млн. читателей). Аккаунт политика постоянно активен: публикуется в среднем 20 твитов в сутки.

Прежде всего, отметим, что аккаунт носит имя автора – Donald J. Trump, то есть на первом плане находится личность президента. Статус указан в описании: «*45th President of the United States of America*». Твиты Трампа представляют собой высказывания от 1-го лица, варьируются от одного предложения («... *Like I did in the 2016 Primaries, if more money is needed, which I doubt it will be, I will put it up!*») до нескольких предложений (чаще всего – небольшой текст-рассуждение).

Проведенный контент-анализ показал статистику употребляемых лексем, их тематическую принадлежность. Наиболее распространенные в твитах лексические единицы представлены в Таблице 2.

Таблица 2

Количественные результаты контент-анализа твитов Д. Трампа

Лексема	Количество употреблений лексемы в анализируемых твитах
Biden	13
democrat	9
Fake	7
violence	5
money	4
news	4
China	4
suburban	3
dream	3
campaign	3

Лексикон Д. Трампа в Твиттере достаточно объемный и включает в себя не только нейтральную лексику, но и стилистически окрашенную. Основные семантические группы, включающие проанализированные слова, – это «внутренняя и внешняя политика» (*Biden* – соперник Трампа на выборах; *democrat*; *Russia*; *protesters*), «религия» (*Catholic Priests*), «военная» тематика (*hit*, *The United States Navy*, *the Department of Defense*), «спорт» (*Big Ten Football*). Видим, что круг тем достаточно широк и выходит за пределы политической сферы. Твиты написаны от первого лица и чаще всего выражают мнение президента относительно какого-либо вопроса или события.

В выражении своих мыслей Д. Трамп активно пользуется разнообразными средствами языка. В его твитах обнаружены экспрессивно-оценочные слова (*Fake News is at it again*; *the crummy*; *a mess*), жаргонизмы (*THUGS*), устойчивые сочетания (*American Dream*; *is at it again*). Имеет место графическое выделение (*will NOT be cancelling*; *Russia HOAX*). Обращаясь к своему политическому оппоненту Джо Байдену, Трамп активно пользуется прозвищем «*Sleepy Joe Biden*», им самим придуманным.

Высказывания Д. Трампа в Твиттере приближены к разговорной речи с целью сокращения дистанции с аудиторией. Это доказывает и эмоциональность его текстов, которая выражена как лексически, так и графически («*It never ends!*», «*There goes Suburbia!*»). Автор постов открыто выражает свое отношение к происходящим в стране и мире событиям. Д. Трамп в своих твитах реализует три функции: воздействующую, инструктивную и информативную. Использование восклицания («*We can fix it!*») является призывом граждан к действию, что актуализирует одну из основных политических функций: воздействие на адресата, изменение его точки зрения. Зачастую публикуются сообщения, приближенные к лозунговой форме («*It never ends!*», «*We can fix it!*»). Наименее проявлено этикетное целеполагание (поздравления, благодарности, соболезнования). Если Д. Трамп поздравляет или благодарит кого-либо, то делает это просто, лаконично и эмоционально («*thanks to the U. S. Marshalls in Portland!*»).

Таким образом, Д. Трамп использует тактику приближения к адресату с помощью образа автора как обычного человека. Д. Трамп выражает свои мысли непосредственно, сопровождая их оценками и эмоциями. Также политик активно использует прием генерализации (использует местоимение *мы*), направленный на объединение граждан в решении важных общественных вопросов («*We can fix it!*»). Сочетание личных местоимений *я* («*I will put it up!*») и *мы* показывает его позицию как одного из представителей своего народа, так и отдельную личность, политического лидера.

Кроме того, в твитах Д. Трампа реализуется оппозиция «*свои – чужие*» в контексте внутренней политики Соединенных Штатов Америки (императивно-оценочная интенция). Трамп активно использует стратегию дискредитации, направленную на понижение статуса внутренних политических врагов. Главным противником в высказываниях президента предстает Джо Байден, уже упоминаемый выше («*Biden, they only give him softballs, and let him read the answers from*

a teleprompter!»; «Sleepy Joe Biden has pledged to ABOLISH Suburban Communities as they currently exist by reinstating Obama's radical AFFH Regulation»). Действия оппонента представлены Д. Трампом в сообщениях иронично, часто критикуются президентом: *Democrats admit that President Trump's message is "working" on violence coming to the Suburbs in a Looney Biden Administration. Plus, Biden just doubled down on forcing Federal control of local zoning. This means low income housing and projects. So much for the American Dream!*

Публичность политических взглядов Трампа вызывает широкий пользовательский резонанс. Излишняя экспрессивность и неполиткорректность твитов Трампа часто являлись причиной скандальных ситуаций. Тем не менее, популярность политика в социальных сетях только растет. Его яркая личность, высокий статус, открытые, прямолинейные высказывания привлекают внимание пользователей.

Таким образом, Дональд Трамп на платформе Твиттер позиционирует себя не только как политик, но и как отдельную личность с субъективным взглядом на многие вопросы. Политик в твитах затрагивает обширный круг тем: от политических до религиозных, моральных, культурных. Эмоциональность, приближенность к живой речи, использование различных выразительных средств языка делает письменную речь Д. Трампа спонтанной, естественной, что облегчает контакт с аудиторией.

Выводы

Исследование двух твиттер-платформ политических лидеров РФ и США позволяет нам сделать следующие выводы. Прежде всего, политики по-разному позиционируют себя, выдвигая на передний план либо свой политический статус, либо непосредственно свою личность. Аккаунт В. Путина представляет собой страницу политического лидера страны с акцентом именно на его политическом статусе. Посты пишутся от третьего лица и чаще всего являются какими-либо новостями, фактами, событиями. Таким образом, твиты в аккаунте В. Путина похожи на короткие новостные блоки. Отсутствуют какие-либо оценки со стороны президента, его эмоции, взгляды, рассуждения по каким-либо вопросам. Твиты выполнены по всем правилам официально-делового стиля и не содержат в себе субъективного взгляда «хозяина» аккаунта. Можно предположить, что роль автора постов выполняет группа специалистов.

Твиттер-платформа Д. Трампа кардинально отличается от аккаунта В. Путина. Прежде всего, президент США утверждает на своей странице собственную личность со своим субъективным взглядом. Это доказывает форма его сообщений: небольшой текст-рассуждение, зачастую включающий прямые оценки ситуации. Спонтанность и естественность сообщений достигается их эмоциональностью и приближенностью к устной речи. Аккаунт ведется от первого лица, и авторство постов, в отличие от твиттера В. Путина, принадлежит самому политику.

Данные различия обусловлены главным фактором – разными целями политиков. Аккаунт В. Путина создан с информативной целью; у политика нет задачи императивно воздействовать на аудиторию через площадку Твиттер. Аккаунт Д. Трампа реализует, прежде всего, воздействующую функцию. Так как Твиттер очень популярен в Америке, Д. Трамп использует его как площадку для активных политических дискуссий.

Различается объем аудитории и количество публикуемых твитов в день. Аккаунт Президента России имеет высокий рейтинг в нашей стране, но на данный момент не попадает в мировой рейтинг, в отличие от Д. Трампа, который постоянно находится в топе Твиттера по количеству подписчиков. Количество постов в день у Трампа в 4 раза больше, что поддерживает внимание его обширной аудитории.

Таким образом, политический твиттинг более освоен американским президентом, чем В. Путиным. Если В. Путин использует Твиттер как одну из информационных интернет-площадок, то Трамп активизирует дополнительные его возможности, что и привлекает многомиллионную аудиторию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Агафонова, О. В. Категория разговорности и ее реализация в «Твиттере» (на материале электронных дневников Г. Зюганова, В. Жириновского, И. Лебедева) / О. В. Агафонова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 2 (68). – Ч. 1. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-razgovornosti-i-ee-realizatsiya-v-tvittere-na-materiale-elektronnyh-dnevnikov-g-zuganova-v-zhirinovskogo-i-lebedeva/viewer> (10.10.2020).

Атягина, А. П. Твиттер как новая дискурсивная практика в сети Интернет / А. П. Атягина // Вестник Омского университета. – 2012. – № 4 (66). – С. 203–208.

Ванько, Т. Р. Синтаксические характеристики политического медиадискурса «Твиттера» / Т. Р. Ванько // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2018. – № 15 (810). – С. 88–100.

Гончарова, Е. А. Жанрообразующие характеристики англоязычного микроблога Твиттер / Е. А. Гончарова. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanroobrazuyushchie-harakteristiki-angloyazychnogo-mikrobloga-tvitter/viewer> (10.10.2020).

Горошко, Е. И. Лингвистические особенности англоязычного Твиттера / Е. И. Горошко, Т. Л. Полякова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). – № 2. – Ч. 1. – С. 53–58.

Горошко, Е. И. Политический твиттинг как новый жанр интернет-коммуникации / Е. И. Горошко, Т. Л. Полякова // Вопросы психолингвистики. – 2014. – № 19. – С. 92–103.

Иванова, А. И. Мы и Россия сегодня: лингвистический анализ Твиттер-платформы президента Дмитрия Медведева / А. И. Иванова // Политическая лингвистика. – 2011. – № 2 (36). – С. 104–107.

Кобрин, Н. В. Медиатексты Твиттера в когнитивном аспекте (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Кобрин. – Москва, 2016. – 28 с.

Кобрин, Н. В. Твиттинг – новый социокоммуникативный жанр интернет-коммуникации / Н. В. Кобрин // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2016. – № 9 (63). – Ч. 3. – С. 109–111.

Копцева, В. А. Жанр твиттинга в политическом дискурсе Г. А. Зюганова / В. А. Копцева. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-tvittinga-v-politicheskom-diskurse-g-a-zyuganova/viewer> (10.10.2020).

Переверзенцева, Ю. С. Лексические и синтаксические особенности английской интернет-коммуникации (на примере микроблога Твиттер (Twitter) / Ю. С. Переверзенцева // Приволжский научный вестник. – 2014. – № 9 (37). – С. 84–87.

Сидорова, И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики интернет-жанров «Живой журнал» и «Твиттер» / И. Г. Сидорова. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-pragmaticheskie-harakteristiki-internet-zhanrov-zhivoy-zhurnal-i-tvitter/viewer> (10.10.2020).

Федотова, Л. Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации / Л. Н. Федотова. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://socioline.ru/pages/l-n-fedotova-analiz-soderzhaniya-sotsiologicheskij-metod-izucheniya-sredstv-massovoj-kommunika> (10.10.2020).

Харламова, Т. В. Социальные сети как инструмент современной политической власти (на материале микроблога Д. Трампа в Твиттере) / Т. В. Харламова // Известия Саратовского университета. Сер. Филология. Журналистика. – 2018. – № 4. – С. 396–402.

Чижик, А. В. Политический дискурс в русскоязычном Twitter и образ политика через призму интернет-дискурса / А. В. Чижик // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. – 2015. – № 18. – С. 523–532.

Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... д-ра филол. наук. / Е. И. Шейгал. – Волгоград, 2000. – 431 с.

Щипицина, Л. Ю. Твиттер как жанр компьютерно-опосредованной коммуникации / Л. Ю. Щипицина // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. Межвузовский сборник научных трудов. – Орел, 2011. – С. 211–220.

REFERENCES:

Agafonova, O. V. Kategoriya razgovornosti i ee realizaciya v «Tvitтере» (na materiale elektronnyh dnevnikov G. Zyuganova, V. ZHirinovskogo, I. Lebedeva) / O. V. Agafonova // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. – 2017. – № 2 (68). – CH. 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-razgovornosti-i-ee-realizatsiya-v-tvittere-na-materiale-elektronnyh-dnevnikov-g-zyuganova-v-zhirinovskogo-i-lebedeva/viewer> (10.10.2020).

Atyagina, A. P. Twitter kak novaya diskursivnaya praktika v seti Internet / A. P. Atyagina // Vestnik Omskogo universiteta. – 2012. – № 4 (66). – S. 203–208.

CHizhik, A. V. Politicheskij diskurs v russkoyazychnom Twitter i obraz politika cherez prizmu internet-diskursa / A. V. CHizhik // Novye informacionnye tekhnologii v avtomatizirovannyh sistemah. – 2015. – № 15. – S. 523–532.

Fedotova, L. N. Analiz sodержaniya – sociologicheskij metod izucheniya sredstv massovoj kommunikacii / L. N. Fedotova. – URL: <https://socioline.ru/pages/l-n-fedotova-analiz-soderzhaniya-sotsiologicheskij-metod-izucheniya-sredstv-massovoj-kommunika> (10.10.2020).

Goncharova, E. A. Zhanroobrazyushchie karakteristiki angloyazychnogo mikrobloga Twtter / E. A. Goncharova. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanroobrazuyushchie-karakteristiki-angloyazychnogo-mikrobloga-twtter/viewer> (10.10.2020).

Goroshko, E. I. Lingvisticheskie osobennosti angloyazychnogo Twttera E. I. Goroshko, T. L. Polyakova // Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Seriya «Filologiya. Social'nye kommunikacii». – 2011. – T. 24 (63). – № 2. – CH.1. – S. 53–58.

Goroshko, E. I. Politicheskij twitting kak novyj zhanr internet-kommunikacii / E. I. Goroshko, T. L. Polyakova // Voprosy psiholingvistiki. – 2014. – № 19. – S. 92–103.

Harlamova, T. V. Social'nye seti kak instrument sovremennoj politicheskoy vlasti (na materiale mikrobloga D. Trampa v Twttere) / T. V. Harlamova // Izv. Sarat. un-ta. Ser. Filologiya. Zhurnalistika. – 2018. – № 4. – S. 396–402.

Ivanova, A. I. My i Rossiya segodnya: lingvisticheskij analiz Twtter-platformy prezidenta Dmitriya Medvedeva / A. I. Ivanova // Politicheskaya lingvistika. – 2011. – № 2 (36). – S. 104–107.

Kobrin, N. V. Mediateksty Twttera v kognitivnom aspekte (na materiale anglijskogo yazyka): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. / N. V. Kobrin. – Moskva, 2016. – 28 s.

Kobrin, N. V. Twitting – novyj sociokommunikativnyj zhanr internet-kommunikacii / N. V. Kobrin // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. – 2016. – № 9 (63). – CH. 3. – S. 109–111.

Kopceva, V. A. Zhanr twittinga v politicheskom diskurse G. A. Zyuganova / V. A. Kopceva. – [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanr-twittinga-v-politicheskom-diskurse-g-a-zyuganova/viewer> (10.10.2020).

Pereverzenceva, YU. S. Leksicheskie i sintaksicheskie osobennosti anglijskoj internet-kommunikacii (na primere mikrobloga Twtter (Twitter) / YU. S. Pereverzenceva // Privolzhskij nauchnyj vestnik. – 2014. – № 9 (37). – S. 84–87.

Sidorova, I. G. Kommunikativno-pragmaticheskie karakteristiki internet-zhanrov «ZHivoy zhurnal» i «Twtter» / I. G. Sidorova. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-pragmaticheskie-karakteristiki-internet-zhanrov-zhivoy-zhurnal-i-twtter/viewer> (10.10.2020).

Shejgal, E. I. Semiotika politicheskogo diskursa: dis. ... d-ra filol. nauk. / E. I. Shejgal. – Volgograd, 2000. – 431 s.

SHCHipicina, L. YU. Twtter kak zhanr komp'yuterno-oposredovannoj kommunikacii / L. YU. SHCHipicina // Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse. Mezhvuzovskij sbornik nauchnyh trudov. – Orel, 2011. – S. 211–220.

Van'ko, T. R. Sintaksicheskie karakteristiki politicheskogo mediadiskursa «Twttera» / T. R. Van'ko // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. – 2018. – № 15 (810). – S. 88–100.