

---

UDK 811.163.6'276:316.774

*Monika Kalin Golob, Karmen Erjavec*

Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani

## VREDNOTENJE IN PRIPADNOST VIRTUALNI SKUPNOSTI SLOVENSKEGA TWITTERJA

Študija na primeru slovenskih tvitov o olimpijskih igrah kaže, kakšne medosebne vrednotne pomene ustvarjajo uporabniki Twitterja in kako ustvarjajo pripadnost spletni skupnosti. S sistemsko-funkcijskim pristopom, ki smo ga prenesli na proučevanje aktualnega komuniciranja na družbenem omrežju Twitter, ugotavljamo, da so v pregledanih tvitih prisotne vse vrednotenjske dimenzije. Študija nadgrajuje obstoječe raziskave o uporabi vrednotenjskega jezika v družbenih omrežjih. V njej zavračamo splošno prisotne kritike Twitterja, da objavlja predvsem vsebinsko prazna sporočila, brez medosebne interakcijske vednosti. Twitter ponuja prostor za izražanje osebnega stališča o izkušnjah skupnosti številnemu občinstvu.

**Ključne besede:** sistemsko-funkcijsko jezikoslovje, tviti, jezikovna sredstva vrednotenja

Based on the corpus of Slovene tweets about the Olympic Games, the study illustrates what kinds of interpersonal evaluative meanings users of Twitter produce and how they create an affiliation with the online community. With the systemic-functional approach that was used to analyze the relevant communication on Twitter, the author finds that the analyzed tweets comprise all evaluative dimensions. The study improves upon existing research on the use of evaluative language by social network sites and other internet services. It rejects the widely accepted criticism of Twitter as a service distributing primarily meaningless messages without any interpersonal interactional value. Twitter offers a place where large audiences can express and exchange personal views on common experiences.

**Keywords:** systemic functional linguistics, tweets, linguistic means of appraisal

### 1 Uvod

Nove tehnologije v zadnjih desetletjih korenito spreminjajo jezikovno rabo. Vključevanje v različna družbena omrežja in virtualno klepetanje oz. komentiranje poteka prek jezikovnih strategij, ki ustvarjajo nove besedilne vrste in v njih jezikovne izbire, prilagojene novim funkcijam vedno bolj mobilnega in ažurnega uporabnika. Ena novejših oblik komuniciranja je Twitter. Zaradi svoje interaktivne funkcije je postal eno od najpopularnejših družbenih omrežij (Parmelee, Bichard 2012). Številnim uporabnikom omogoča interakcijo, ki je ne bi mogli vzpostaviti in vzdrževati z medosebnim odnosom (Arceneux, Schmitz Weiss 2010). Objavlja kratka besedila, poslana prek računalnika ali mobilnih naprav, in je zato idealen za analizo jezikovnih sredstev vrednotenja v omejenem kontekstu. Prednost mikrobloga je, da omogoča hitro objavo mnenjskih odzivov posameznikov na posamezna družbena dogajanja in intenzivno interakcijo med njimi, s katero ustvarjajo »virtualno skupnost« (Rhein-Gold 1993). Tematsko zaokrožena interakcija je zelo primerna za raziskovanje inte-

rakcije vsebinsko zamejene virtualne skupnosti (Zappavigna 2011). V primerjavi z drugimi družbenimi omrežji je Twitter pomemben tudi zato, ker njegova sporočila (tviti)<sup>1</sup> presegajo sfero zasebnega sporočanja in so pomemben javni vir družbenega dogajanja (Hermida 2013). Analiza jezika tvitov, ki bi povezala jezikovne izbire in ustvarjanje vrednotenjskih žarišč, bi prispevala k razumevanju aktualnega jezikovnega vedênja, ki ga omogočajo nove tehnologije ter spreminjajo dosedanje jezikovne in družbene strategije. S študijo bomo skušali tudi zavrniti pogosto kritiko Twitterja, da objavlja predvsem vsebinsko prazna sporočila, ki nimajo medosebne interakcijske vrednosti (Arceneaux, Schmitz Weiss 2010).

V literaturi obstaja razmeroma veliko jezikovnih študij spletnega diskurza, ki so proučevale, ali je analiza jezikovnih funkcij in jezikovne rabe uporabna za dokazovanje pripadnosti spletni skupnosti (Herring 1998; Crystal 2001; Baron 2008; Zappavigna 2011), vendarle niso proučevale značilnosti vrednotenjskega jezika pri oblikovanju te pripadnosti. Ta je opredeljena kot »družbeni agregat, ki se pojavi na internetu takrat, ko dovolj ljudi dovolj dolgo javno čustveno razpravlja, da vzpostavi osebne odnose v spletnem prostoru« (RHEIN-GOLD 1993: 5). Interakcijska besedila, kot so tviti, ki vključujejo vrednotenje posameznih družbenih dogajanj z izražanjem čustev, vedno objavljajo medosebna stališča do ideacijske izkušnje (MARTIN 2004: 337). Po STENGLINU (2004: 402) udeleženci vsakega spletnega foruma z izražanjem stališč do skupnih izkušenj ustvarjajo virtualno skupnost. Uporabniki Twitterja si torej izmenjujejo stališča do skupnih ideacijskih izkušenj ter tako vzpostavljajo medosebno povezanost in utrjujejo virtualno skupnost uporabnikov Twitterja. Jezikoslovni pristop k proučevanju virtualnih skupnosti si prizadeva natančno opisati, kako ljudje uporabljajo jezik pri vzpostavljanju družbenih odnosov in kako podpirajo ali zavračajo različne vrednote, upovedene v jeziku (Knight 2008).

Slovenske jezikoslovne raziskave leksike, skladenjskih značilnosti in drugih izbir, ki so jih v besedilno rabo prinesle nove oblike komuniciranja, se ukvarjajo z analizo novih internetnih jezikovnih pojavov nasploh (Kranjc 2004), SMS-ov (Orel 2003; Jarnovič 2006, 2007; Kalin Golob 2008, 2009), e-sporočil (Dobrovoljc 2008) in spletnih forumov (Jakop 2008) ter tudi tvitov, za katere je izdelan tudi korpus Tweet-Sl (Erjavec, Fišer 2013). Analize so jezikovnoravninske, posvečene predvsem izbiri neknižne slovenščine v novih oblikah komuniciranja, saj je jezikoslovno zanimiva raba govornih oblik v zapisanem prenosniku, vključevanje čustvenosti prek izbire emotikonov in frekvence različnih besednih vrst (medmeti, členki, prislovi) ter seveda novim jezikovnim strategijam nasploh.

Za našo študijo smo kot teoretsko podlago izbrali analizo jezikovnih sredstev vrednotenja in subjektivizacije sistemsko-funkcijskega pristopa sidneyske šole (Halliday 1974; Iedema, Feez, White 1994; Fuller 1995; Martin, White 2005), ki smo jo v slovenskem prostoru že aplicirali pri jezikoslovnem pristopu k analizi sovrážnega govora v novinarskem diskurzu (Červ, Kalin Golob 2012). Teorija sistemsko-funkcijskega jezikoslovja se osredotoča predvsem na vrednotenje kot jezikovni pojav, torej na možnosti njegovih različnih semantičnih, skladenjskih in delno tudi besedilnih jezikovnih uresničitev (Macken-Horarik, Martin 2003; Martin, White

<sup>1</sup> V medijih uporabljajo tudi poimenovanje »čivk«, ki pa je konotirano, zato smo se odločili za v pisavi podomačeno poimenovanje »tvit«.

2005; Bednarek 2006). Pristop je uporaben tudi za analizo vrednotenjskega jezika kratkih sporočil, objavljenih na Twitterju (Zappavigna 2012b). Z analizo jezikovnih sredstev vrednotenja sistemsko-funkcijskega pristopa sidneyske šole skušamo na primeru korpusa tvtov o olimpijskih igrah ugotoviti, kakšne medosebne vrednostne pomene ustvarjajo uporabniki Twitterja in kako ustvarjajo pripadnost spletni skupnosti Twitterja.

## 2 Twitter kot družbeno omrežje

Čeprav Twitter po popularnosti zaostaja za Facebookom, je izredno pomemben v medijskih, političnih (Parmelee 2013) in športnih krogih (Gibbs, Haynes 2013). Športniki radi uporabljajo Twitter, ker jim omogoča dostop do širše publike, nadzor nad objavo informacij in neposreden dostop do športnih navdušencev (prav tam). Svetovne atletske zvezde, kot sta Cristiano Ronaldo in LeBron James, imata 21,5 in 9,8 milijonov sledilcev (prav tam). Športni navdušenci uporabljajo Twitter, da pridobijo neposredne in zanesljive informacije o športu, se seznanijo z mnenji športnikov in športnih inštitucij ter si izmenjajo mnenja (Özsoy 2012). Twitter je tipičen primer stalno aktivnih in vseprisotnih komunikacijskih okolij, razširjajočih število akterjev, ki presegajo sfero zasebnega sporočanja in tudi prevzemajo vloge, še pred nedavnim privilegirano omejene na novinarje tradicionalnih medijskih institucij (Hermida 2013).

Twitter objavlja največ 140 znakov dolga besedila, ki so po svoji zasnovi SMS-sporočila. Virtualno občinstvo jim sledi s prijavo na računu Twitter. Sporočila so objavljena v času t. i. »tvtverskega toka« (obratni kronološki red) na uporabnikovi strani Twitter in so – razen če je uporabnik izbral opcijo samo zasebne objave – dostopna vsem uporabnikom.

Uporabniki Twitterja med seboj asinhrono komunicirajo s skorajda instantno hitrostjo (Zappavigna 2011; Page 2012; Hermida 2013). Pri tem prirejeno uporabljajo ločila in simbole. Ta nadgradnja v tipografskem pomenskem potencialu omogoča Twitterju, da postaja ključno orodje za interakcijo v virtualni javni sferi, ker v interakciji sodeluje več uporabnikov, je časovno fluidno in medbesedilno (prav tam).

Kot se je razvijal Twitter, so se razvijala tudi sredstva za pripisovanje in naslavljanje drugih uporabnikov (Zappavigna 2011; Page 2012; Hermida 2013). Pojavljati so se začeli jezikovni znaki, ki izboljšujejo večglasnost oz. heteroglosijo (Bahtin 1981). Prvi od teh znakov je bil @, ki se uporablja kot deiktični označevalec (npr., »@TinaMaze, bravo!«) @ kaže, da mu sledi uporabniško ime. Takšna struktura deluje kot nagovor, tj. kot oblika naslova. Ni nujno, da je znak @ na začetku, lahko je na sredini ali koncu tvita. Pisano nestično @ pomeni »v«, ki mu sledi navedba lokacije (npr. »@Soči«).

Drugi način vključevanja zunanjih glasov v tvit je retvitanje (*retweet*), kar pomeni, da uporabnik v branje sledilcem ponudi tuj tvit. Pri tem se uporablja znak RT. Najpogosteje RT sledi znak @ kot »vir« retvita (npr. »RT @JureKosir Absolutno čudovito <http://www.youtube.com/watch?v=rHt2wyXLnk> Bravo, Tina!«). RT deluje kot napotitev, da bo stavek, ki sledi za @UporabniškoIme (@JureKosir), dobe-

sedni navedek uporabnikovega tvita (»Absolutno čudovito <http://www.youtube.com/watch?v=rHt2wyXLnk> Bravo, Tina!«).

Naslednji pomemben znak je # (simbol za višaj, pog. »lojtra«, v angl. *hashtag*), gre za tematsko oznako, ki ima drugačno funkcijo kot RT in @, saj deluje kot znak za temo tvita. Ta znak lahko deluje kot nekakšna etiketa, saj je za njim vpisana ključna beseda tvita, ki deluje kot metapodatek. Na primer, tvit, ki vključuje »#Soči«, nakaže temo o dogajanju na olimpijskih igrah v Sočiju: »Tina je zmagala. Bravo! Ful sem srečen! #Soči«. Uporabnikom Twitterja uporaba te funkcije omogoča, da hitro najdejo določeno temo in znotraj nje objavijo svoje sporočilo. Tako tvorijo diskurz, ki vključuje številna mnenja in vzpostavlja/tvori določeno družbeno realnost (Zappavigna 2011; Page 2012; Hermida 2013).

### 3 Teoretsko ogrodje

Sistemsko-funkcijsko jezikoslovje (SFJ) je teorija jezika, ki temelji na Hallidayevih delih (npr. 1978, 1994) in skuša odgovoriti na vprašanje, kako v besedilih delujejo pomeni glede na okoliščine, v katerih so bili tvorjeni. Po teoriji SFJ jezik udejanja tri sočasne funkcije, poimenovane tudi metafunkcije: ideacijsko (predstavlja udeležence, odnose, doživljanje izkušenj), medosebno funkcijo (umeščanje v odnose, interakcija med udeleženci) in besedilno (organiziranje informacij, strukturiranje besedila) (Halliday, Matthiessen 2004). Jezikoslovna raba te teorije skuša upoštevati te tri funkcije pri analizi pomenov. Ta članek se osredotoča na odnose in zato raziskuje ideacijske in medosebne jezikovne funkcije tvitov.

Vrednotenje je domena medosebne pomena, kjer se jezik uporablja tudi za vzpostavitev odnosov moči in solidarnosti. Da bi analizirali vrednostne pomene, bomo izhajali iz teorije vrednotenja, ki je del SFJ (Martin, White 2005). Vrednotenje je razdeljeno v tri med seboj povezane dimenzije,<sup>2</sup> in sicer na **stališče** (odnos, *attitude*), **tvorčevo angažiranost** (vpletenost, *engagement*) in **stopnjevanje** (*graduation*), krepitev ali slabitev vrednotenja. Stališče se nanaša na naša čustva, vključno z našimi čustvenimi odzivi, presojanje obnašanja in presojanje stvari (MARTIN, WHITE 2005: 35). Tvorčeva angažiranost se nanaša na vire odnosov in igro mnenj v diskurzu. Stopnjevanje skrbi za razvrščanje pojavov, pri čemer gre za krepitev ali slabitev čustev.

**Stališče** je najbolj neposreden odraz vrednostnega konstruiranja predmetov percepcije prek pripisovanja običajnih pomenov, zato verjetno v splošni, nestrokovni rabi najpogosteje in najtesneje povezano s pojmom vrednotenja. Členjeno je na tri poddimenzije, in sicer čustva (*affect*), nanaša se na vire za razlago čustvenih odzivov, ki v primeru te poddimenzije ni posebej opredeljeno in je lahko aktant, njegovo dejanje, dogodek, stanje ali stvar (na primer »Grozljivi dogodki prejšnjega tedna so nam sprožili čustva **groze**, **skrbi** in zdaj **potrnosti**«). Druga poddimenzija stališča je **presoja/odnos do ljudi in njihovih dejanj** (*judgement*), ki izhaja iz različnih normativnih načel, vrednostnega okvira etike in morale ter zaobjema različne tipe izražanja (ne) skladnosti človekovih lastnosti in dejanj s posameznikovimi in/ali družbenimi pričakovanji (na primer, »Še huje, to **pomeni** več administracije, več **revščine** in **gro-**

<sup>2</sup> Zgledi tvitov za posamezno kategorijo so prikazani na str. 223, nato tudi v empiričnem delu v pogl. 5.

ženj«). Tretja podkategorija odnosa je **presoja/odnos do entitet, stanj, procesov** (*appreciation*) in se nanaša na vire, ki ustvarjajo vrednotenje stvari, vključno z naravnimi pojavi in semiozami (kot izdelki ali procesi) glede na estetiko ali vrednost (npr. »In kot bonus smo slišali **destruktivno, katarzično** različico pesmi Jima Hendrixa.« (MARTIN, WHITE 2005: 35). Pomeni vseh leksemov v omenjenih poddimenzijah stališč so na podlagi semantične usmerjenosti oziroma **polarnosti** razvrščeni v protipomenske pare. Pomene razdelimo na vrednostno pozitivne, negativne in nevtralne, pri čemer sta pozitivna in negativna valenca, vsaj pri sodobnejših pristopih, navadno razumljeni kot večstopenjski.

Teorija vrednotenja sidneyjske sistemsko-funkcijske šole predvideva, da se semantične poddimenzije stališč v besedilih uresničujejo v posameznih besedah vseh stavčnoočlenskih besednih vrst, lahko pa je ena enota vrednotenja izražena tudi prek besedne zveze oziroma daljšega opisa. Tako bi na primer v poddimenzijo negativnega čustvenega odziva uvrstili besede žalost, žalostiti se, žalosten/-tna, žalostno, na žalost, kot tudi poved »solze so mi polzele po licih« (MARTIN, WHITE 2005: 46). Ista beseda, npr. pridevnik ali prislov, je lahko glede na sobesedilo oziroma besedo (predmet percepcije), ki jo modificira, uvrščena v različne poddimenzije. Vrednotenje prek teh treh poddimenzij stališč je na podlagi **eksplicitnosti** vpisano (torej eksplicitno) ali invocirano (implicitno). Vpisano je takrat, ko je vrednostna komponenta del bodisi denotativnega ali konotativnega pomena, s čimer SFJ raziskovanje vrednotenja v primerjavi s stilističnimi pristopi smiselno razširja tudi na stilno nezaznamovane besede, ki pa referirajo na pomene, in posredno prvine izvenjezikovne realnosti, ki so v domnevno enotnem družbenem vrednostnem sistemu opredeljene kot pozitivne ali negativne (Červ, Kalin Golob 2012).

V dimenziji **tvorčeva angažiranost** je vrednotenje najbolj eksplicitno povezano z medosebno makrofunkcijo jezika, upoštevajoč BAHTINOVA (Bakhtin 1973, Bakhtin 1981, Bakhtin 1986) koncepta večglasja in medbesedilnosti, je dimenzija definirana kot tvorčevo razmerje do lastnih propozicij in propozicij drugih govorcev/piscev, s katerimi ustvarja medbesedilni dialog (White 2001) oziroma izraža osebna prepričanja, privzema stališča, izraža strinjanje ali nestrinjanje s trditvami in mnenji drugih govorcev/piscev, se od njih distancira itd. Dimenzija je torej pretežno slovnična, povezana z naklonskostjo, na ravni leksike pa z metadiskurzivnimi ojačevalci in omejevalci. Dimenzija je v modelu razdeljena na poddimenzije avtorjevih trditev, torej izjav z najvišjo gotovostno naklonskostjo, predvidevanj, strinjanja in nestrinjanja s sogovornikom oziroma virom, na katerega se avtor sklicuje, poddimenzijo pogajanja s sogovornikom o resničnostni/možnostni oziroma hotenjski določitvi izjav ter kategorijo pripisovanja, v kateri se avtor od trditve, na katero se sklicuje, distancira. Prvi dve poddimenziji sta tako razumljeni kot monološki, ostale pa kot dialoške (MARTIN, WHITE 2005: 92–135).

Tretja dimenzija – **stopnjevanje** – je v teoretskem modelu sicer samostojna, dejansko pa se uresničuje v kombinaciji s prvima dvema kot modifikacija odnosa ali vpletenosti, in sicer lahko kot slabitev ali krepitev pomena leksema ali propozicije ali kot približevanje/oddaljevanje jedru pomenske kategorije. Pri prvi poddimenziji gre za določanje stopnje entitete ali propoziciji pripisane lastnosti oziroma za določanje stopnje tvorčevega odnosa, kar lahko v jeziku dosežemo prek modifikacije z lastnostnimi in količinskimi pridevniki ter prislovi ali s samim izborom besed, ki denoti-

rajo različne stopnje odnosa do upovedenega. Pri drugi poddimenziji stopnjevanja pa ni mogoče določiti lestvice stopenj določene pripisane lastnosti oziroma odnosa, temveč gre za določanje ocenjevane entitete kot prototipskega oziroma marginalnega predstavnika določene pomenske kategorije (na primer čisto zlo, popolna neumnost, nekako tako, neke vrste tesnoba itd.) (White 2001; Martin, White 2005).

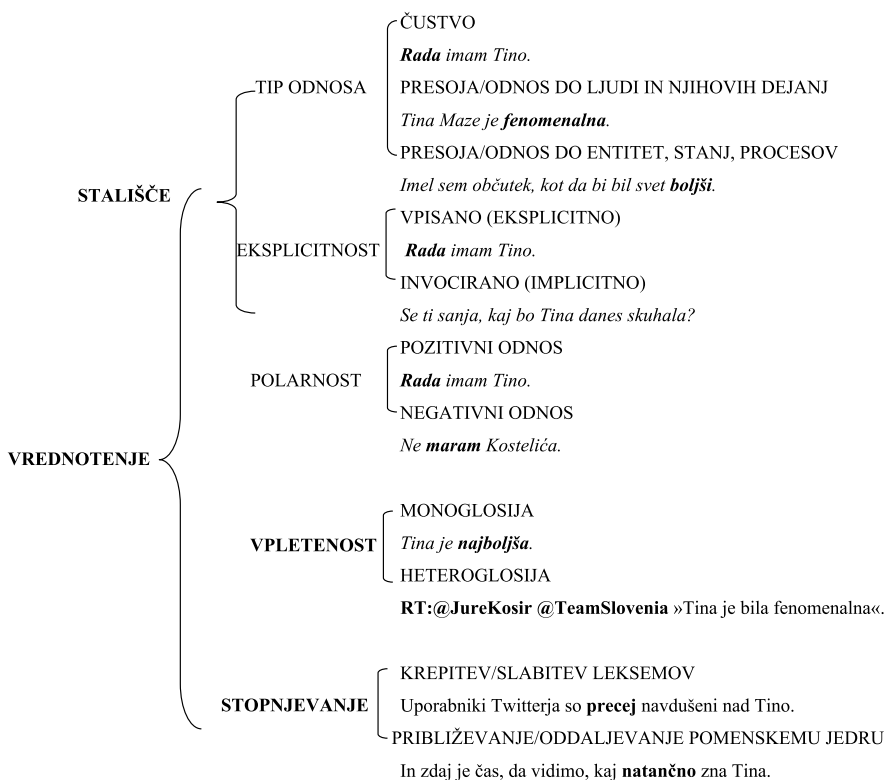
Novejše študije SFJ (Martin 2000, 2007; Knight 2008; Zhao 2010; Zappavigna 2011) priporočajo, da se analiza vrednotenja poveže z analizo **sklapljanja** (*coupling*), tj. analizo tistih jezikovnih sredstev, ki razkrivajo vrednote, izražene za pripadnost. Pripadnost je simultani proces povezovanja in identitetnega pogajanja, v katerem se udeleženci na podlagi lastnih stališč povezujejo z drugimi člani skupnosti (KNIGHT 2008: 487). Pripadnostno skupnost na Twitterju razumemo v Goffmanovem (1963) smislu kot kratkotrajno skupnost, ki jo povezuje skupna tema. Vezi med udeleženci v skupnosti predstavljajo družbeno dimenzijo v interakcijo vključenih udeležencev in so v besedilu izražene s sklapljanjem vrednotenja z ideacijo (Martin 2000, 2007). ZAPPAVIGNA (2012a: 211) je opredelil sklapljanje kot soobstoj diskurzivnih semantičnih ali slovarsko-slovnih sistemov, ki se v besedilu uresničujejo kot določen vzorec povezav. Koncept vključuje preprosto idejo jezikovne razporeditve; dve jezikovni enoti se v besedilu pojavljata druga poleg druge (Zappavigna 2011). Knightova (2008) je v svoji študiji o humorju v SMS-sporočilih dokazala, da vrednostni in ideacijski pomeni delujejo pripadnostno, torej pritegnejo druge uporabnike v virtualno skupnost. Zappavigna je v kvantitativni študiji 45.000 tvitov o zmagi Baraka Obame na predsedniških volitvah leta 2008 ugotovil, da je tematska oznaka #Obama privabljala člane občinstva, ki jih je zanimalo vrednotenje Obamove zmage (ZAPPAVIGNA 2011: 800–01). Tematska oznaka #Obama je vključevala tvite, ki so temeljili na povezavi medosebnih in ideacijskih pomenov. V okviru te tematske oznake je bila v tvitih najpogosteje objavljena dvojica jezikovnih enot »Obama« in »srečni« (prav tam: 803). Medtem ko so študije pripadnosti na Twitterju, ki temeljijo na merjenju pogostosti interakcije, koristne, je treba razumeti tudi značilnosti vrednotenjskega jezika za pripadnost na Twitterju v konkretnih jezikovnih izbirah, kar bomo skušali pokazati na primeru slovenskih tvitov o olimpijskih igrah.

#### 4 Gradivo in metoda

S tematskimi oznakami – tema so bile olimpijske igre – smo oblikovali bazo slovenskih tvitov, objavljenih od 7. do 23. februarja 2014, torej v času 22. zimskih olimpijskih iger v Sočiju. Določene tematske oznake so oblikovale uradne športne in druge institucije že pred samimi olimpijskimi igrami, npr. #Olympics2014, #TeamSlovenia in #TvitajmoZaNase, druge so ustvarjalno oblikovali uporabniki sami med olimpijskimi igrami, npr. #slochi, #Sochi2014, #Soči« #TinaMaze, #ŽanKošir, #Olympic, #hokej, #hockey, #risi, #gold, #PotVSoči, #RoadToSochi, #soproud, »#takoponosni, #putindirtygames, #bravo, #poklon, #sloski, #sloči, #SLOsochi, #Slovenianlessnofomyfollowers in #Flisar. Osnovna baza tvitov je vključevala veliko tujejezičnih in tudi takšne, ki so samo povzemali vsebino spletnih strani, zato za jezikovno analizo slovenskih besedil niso bili primerni. Take tvite smo izločili. Ker je večina vrednotila slovenske športnike, smo iz korpusa izključili tiste posamične tvite, ki so vrednotili

druge osebe in okoliščine, npr. novinarje, organizatorje, politike, člane olimpijskega komiteja Slovenije, vreme, lokacijo, politično, gospodarsko in družbeno situacijo v Sočiju, saj so se le sporadično pojavljali, brez večjega odziva. Korpus vključuje 2.810 tvitov.

Tvite smo analizirali z metafunkcijskim pristopom SFJ, ki dojema jezik kot sistem pomenskega potenciala, pri čemer je ta potencial uresničen kot posebna konfiguracija jezikovnih izbir, ki jih je mogoče prepoznati v besedilih. To je pristop, ki razume jezik paradigmatsko kot izbiro med podobnimi možnostmi (HALLIDAY, MATTHIESSEN 2004: 22), in ne kot tvorjenje jezika iz kataloga struktur. Analiza temelji na shemi analize vrednotenjskega jezika, ki sta ga oblikovala MARTIN in WHITE (2005: 38). Slika 1 kaže shemo, ki smo jo uporabili za zapisovanje vrednotenjskega jezika v analiziranih tvitih. V tem omrežju oglati oklepaj predstavlja izbiro med dvema možnostma (»ali« odnos), medtem ko zaviti oklepaji predstavljajo sočasno izbiro (»in« odnos). Na primer: sistem **stališča** (*attitude*) vključuje tri hkratne sisteme: **tip odnosa** (*type*), **eksplicitnost** (*explicitness*) in **polarnost** (*polarity*). Vrstni sistem vključuje tri možne izbire: čustvo (*affect*), **presoja/odnos ljudi in njihovih dejanj** (*judgement*) in **presoja/odnos do entitet, stanj, procesov** (*appreciation*). Na Sliki 1 so za ponazoritev dodani primeri iz baze obravnavanih tvitov.



Slika 1: Shema analize vrednotenja (prilagojeno po MARTIN, WHITE [2005: 38]).

## 5 Rezultati

### 5.1 Medosebni pomeni na Twitterju

Twitter svojim uporabnikom omogoča, da prek izbire specifičnih jezikovnih sredstev, prilagojenih tehnologiji družbenega omrežja, izpolnjujejo medosebno funkcijo. Študija skuša v prvem delu pokazati, kako slovenski tviti o olimpijskih igrah vključujejo vrednotenjski jezik za tvorjenje medosebnega pomena in pripadnosti. Razdelili smo jih v dva prevladujoča pomenska sklopa: bodrenje in navdušenje.

#### 5.1.1 Bodrenje

Prvi pomenski sklop se nanaša na bodrenje in temelji na pozitivnem spodbujanju športnikov. Sporočila so zapisana kot pozivne (velelne) povedi, zaključena z enim ali več klicaji. Pogosto nastopajo v kombinaciji z opisom negativnega čustva, ki se v glavnem nanaša na razburjenost in živčnost zaradi negotovosti izida. Tipičen je spodnji primer:

Živčna pred tekmo hokejistov [negativno čustvo] in ravno tako živčna pred drugo vožnjo veleslaloma [negativno čustvo]. **Gremo** risi, **gremo** [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] Tina !!! [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov] :) [pozitivno čustvo]

Drugi tipični vrednotenjski tviti v tem sklopu so bili:

Danes bomo **zmagali!** [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] **Dajmo** [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] @TinaMaze @AnzeKopitar & co. [heteroglosija]

Gremo, naši! [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] Držimo pesti [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj]:) [pozitivno čustvo] Želodec se mi obrača, tako sem nervozna! [negativno čustvo]

Značilna so stopnjevanja bodisi kot ponovitve istih leksemov (TOPORIŠIČ 2000: 528 govori o istorečnih zvezah kot skladenjskih sredstvih za intenzifikacijo pomenske podstave): Dejmo, dejmo dejmo @TinaMaze! Joj, sem živčna! bodisi kot ponovitve glasov, ki poustvarjajo govornost in ozvočijo zapisano: Idemooo flisarr!

Raba prvin govornega jezika, slenga in drugih neknjižnih prvin je v e-sporočanju skupna splošna ugotovitev že opravljenih raziskav (Orel 2003; Jarnovič 2006, 2007; Kalin Golob 2008, 2009; Jakop 2008; Erjavec, Fišer 2013) ter je razvidna (in pričakovana) tudi v našem gradivu (npr. leksikalno *idemo*, *ajde*, *piči*; ob pozivanju športnikov tudi neposredni ogovor sonavijačev: *Stiskajmo pesti!*; *Ali ste kaj živčni?*). Izražanje negativnih čustev ima vlogo ustvarjanja empatije, ne pa negativnega vrednotenja športnika. Gre torej za opis negativnega čustvenega odziva na pojav, ki tvorca vznemirja, ker čuti pozitivno do športnika. Čustveni odzivi so najpogosteje realizirani v zvezi *biti živčen*, pa tudi v opisni rabi kot *Ne vem, če bom preživela od stresa!*; *Želodec se mi obrača, tako sem nervozna*:

Idemooo flisarr! Ne vem, če bom preživela od stresa!

Navijajmo za Flisarja! Ajde, daj gas @FiliFlisar!



Piči, Filip! Ali ste kaj živčni?  
 Stiskajmo pesti! Na vrsto je prišel Flisar!  
 Tresem se ... Držim pesti za Prevca!  
 Začelo se je! @TinaMaze vzemi jo, znaš in zmoreš!

Pozivni povedi »Dajmo!« in »Gremo!« v velemnem naklonu, ki bodrita športnike, sta bili prevladujoči vrednostni enoti v tem sklopu (N=744), ubesedeni sta kot izražanje pozitivnega odnosa do športnikov, ki mu sledi končno ločilo klicaj kot najbolj pričakovano ločilo za čustveno obarvane vzklične povedi. Stopnjevana vzkličnost je zaznamovana z dvema ali več klicaji in ima tudi vlogo stopnjevanja izražene čustvenega stanja pisca. Tipični primeri so prikazani spodaj tako, da so primeri negativnega čustva označeni s podčrtanim tiskom, pozitivna **presoja/odnos do ljudi in njihovih dejanj** s krepkim tiskom in *pozitivna presoja/odnos do entitet, stanj, procesov* s krepkim in nagnjenim tiskom:

**Gremo, gremo!** Tina! Tina! Tina!  
**DAJMO ŽAN! SREČNO!**  
**Dejmo! Dejmo** naši! Madona sem živčen!  
*Super bi bilo*, če bi dobili še eno zlato! **DAJMO!!!** Ponovno **se bori** za medaljo!!!  
 To, Tina! **Daj na gas! Dajmo!**  
*Tina na lovu za tretjo kolajno, tokrat slalomsko. Z malo srečo bo!* **Gremo** @TinaMaze!  
**Daaajmo** Tina, Maruša in Katarina!!!!  
**Ajde** Tinca **gremoooo** hop hop hop

Medosebna funkcija se jasno kaže z ogovorom športnikov v zvalniških pastavkih in oblikami velelnika v 1. osebi mn., s katerim so uporabniki ustvarjali navijaško skupnost, tako da so se vključili vanjo in ustvarili omejeni sporočanski krog, ta je namreč po vsakokratni tekmi razpadel (prim. KOROŠEČ 1998: 166). Prva oseba množine je v primerjavi s Koroščevim opisom omejenega sporočanskega kroga v novinarskih besedilih pri tvitih v drugačni funkciji: prva oseba je sicer res seštevek tvorca tvita in naslovnikov, a je vključitev zgolj čustvena<sup>3</sup> in hkrati prekrivna s pogovornim velevanjem, ki sicer v zapisu niha med knjižnostjo in pogovornostjo (*dajmo/dejmo*, prim. TOPORIŠIČ 2000: 519). Pripadnost je bila ustvarjena s **sklapanjem** imena športnikov (v zvalniški obliki) in **eksplicitnega pozitivnega odnosa do ljudi in njihovih dejanj**, ki mu je običajno sledil eden ali več klicajev in/ali smeškov, ki so stopnjevali sporočilnost in čustvenost. Tipičen je primer prevladujoče povezave **pozitivna presoja/odnos do ljudi in njihovih dejanj**: »Dajmo/Gremo, ime športnika!«, ki mu je bil pogosto dodano tudi **pozitivno čustvo spodbujanja k uspehu** »Držimo/Stiskajmo pesti!«. Tu je prva oseba množine vezana zgolj na sonavijaško skupnost in ne vključuje športnika, a vendarle vzpostavlja novi omejeni sporočanski krog vsakokratne navijaške skupnosti. Ta vzorec vključuje vzorec tipičnih tvitov, ki so prikazani spodaj:

<sup>3</sup> Pri novinarskih besedilih KOROŠEČ (n. m.) navaja zglede, kot npr. *Poglejmo zdaj, kaj pravi novejša vremenska napoved*, kjer gre dejansko za vključitev radijskega voditelja in trenutnih poslušalcev. Pri tvitih prva os. mn. *Dajmo, Gremo* vključuje čustveno vključenost tvorca tvita, ne pa dejanske, izvedbene.



**Odlično**, [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov] Tina! [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov]

Čestitke [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] ! [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov] **Bravo** [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] ! [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov]

**Neverjetna** @TinaMaze tudi tokrat ni razočarala! [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov]

**Super** [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov] je šla.

**BRAVO** [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] TINA, TI SI GLAVNA [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj]! [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov]

**Supra** [pozitivni odnos do ljudi in njihovih dejanj] :) [pozitivno čustvo] @Tinamaze z drugim časom v cilju. 18 stotink zaostanka. Bravisimo! [povečano stopnjevanje: krepitev leksemov]

Medmet »Bravo« s klicajem je bil prevladujoča vrednostna enota v tem sklopu (N= 589), izraža pozitivni odnosa do športnikov, končni klicaj(i) stopnjujejo sporočilnost in čustvenost. Tipični primeri so prikazani spodaj tako, da so primeri čustva označeni s podčrtanim tiskom, pozitivna **presoja/odnos do ljudi in njihovih dejanj** s krepkim tiskom in pozitivna *presoja/odnos do entitet, stanj, procesov* s krepkim in nagnjenim tiskom:

**Bravo** #tinamaze!!!! **Pokazala je, kaj pomeni biti slovenskega naroda hči** :) *Danes je užitek gledati #soči tekme.*

**SUPER SKOK, BRAVO PREVC! POKLON.** Ti si zvezda!

#tvitajmozanase #slochi **Bravo** @TinaMaze ti si glavna!

**Bravo** Filip! **Boril se je** do konca! Šesto mesto je **odlična** uvrstitev.

Flisar je **car!** :) **Bravo**ooo #filipflisar! Ti si **zmagalovalec!** Zelo smo zadovoljni.

**Bravo** Filip: Upam, da ni poškodba prehuda

Uživali smo v skokih **bravo** Prevc! Ti si **slovenski junak!**

Medosebna funkcija se jasno kaže tudi pri hvaljenju rezultatov športnikov in hkratnih čestitkah. Uporabniki so z izjemno pozitivnim vrednotenjem rezultatov športnikov ustvarjali navijaško skupnost. Njihove čestitke so na prvi pogled namenjene športnikom, a ker jih ti v trenutku objave niso mogli prebrati, saj so bili na tekmi, lahko sklepamo, da so objave predvsem namenjene športni skupnosti uporabnikov Twitterja. Pripadnost je bila tvorjena s **sklapanjem** imena športnikov in **eksplicitnega** izražanja **pozitivnega odnosa do ljudi in njihovih dejanj**, ki mu je običajno sledil eden ali več klicajev in/ali smeškov, ki so še stopnjevali sporočilnost. Tipičen je primer prevladujoče povezave kratka **pozitivna presoja/odnos do ljudi in njihovih dejanj**: »Bravo, ime športnika!« in **pozitivna presoja/odnos do ljudi in njihovih dejanj**, ki deluje kot pojasnilo in vključuje različne samostalnike s pozitivnim pomenom:

**BRAVO! TINA, TI SI GLAVNA!!!**

**Bravo** Tina! **Borka do konca!** Čestitam!

**Bravo**, Tina! Hvala! Ti si **naša zmagovalka!**

PREVC, **BRAVO** – TI SI CAR!!!!!!!!!!!!!!!  
 SUPER SKOK, **BRAVO** PREVC! POKLON. Ti si **zvezda!**  
 Naši! Kapo dol! **Sijajna** igra, **bravo!**  
 Risi, **Bravo!** **Zgodovinski** tim!  
 Prevc je **fenomenalen!** **Bravo!**  
 Suprca :) @Tinamaze z **drugim časom v cilju**. 18 stotink zaostanka. **Bravisimo!**

Navdušenje se ob medmetu *bravo!* ustvarja tudi z izbiro pridevnikov, ki vrednotijo športni izid in so intenzificirani kot *fenomenalen*, *zgodovinski*, *sijajen*, *super*, *superca*, in tudi besednozvezno kot *kapo dol*, *borka do konca*, *biti car*. Tudi v drugem pomenskem tipu pričakovano kot končno ločilo prevladuje klicaj za čustveno obarvane vzklične povedi. Stopnjevana vzkličnost je enako kot v prvem tipu zaznamovana z dvema ali več klicaji in ima tudi vlogo stopnjevanja izraženege čustvenega stanja pisca.

## 5.2 Uporaba tematskih oznak za pripadnost skupnosti in vrednotenje

Tematske oznake izpolnjujejo različno vlogo v jezikovni strukturi glede na funkcijo jezikovne enote v stavku (označevalci, tema in procesi). **Proces** je običajno ureničen z glagolom (#tvitajmo) in izraža dogajanje v svetu, **tema** (#TinaMaze) kodira agensa, ki je nosilec dogajanja, medtem ko označevalec opisuje tip/vrsto družbene kategorije, ki ji pripada vsebina (#Soči):

Tema: #TinaMaze je zmaga junakinja.  
 Označevalci: #Soči medalje so najštevilnejše in najsladkejše.  
 Proces: #TvitajmoZaNase, da bodo zmagali.

V nadaljevanju bomo pokazali pridružitveno funkcijo vrednotenjskega jezika tvitov z analizo vloge tematskih oznak v **sklapanju**. Tematske oznake kot tipografsko konvencijo lahko razumemo tudi kot označevalce cilja vrednotenja tvitov. Na primer, tviti, ki so povezani z imenom »Tina« in pozitivnim vrednotenjem vključujejo »#TinaMaze«. Tipičen je naslednji primer: »Nerealno čudovit dan bravo :) Ponosni smo na tebe #tinamaze!«. Na ta način tematska oznaka vključuje poziv k pridružitvi/priključitvi skupnosti, ki s tviti vrednoti slovenske športnike, tako da je takšne tvite lažje poiskati. Torej, deluje afilicijsko.

Prisotnost tematskih oznak razširja potencialni pomen tvitov še posebej, če jih primerjamo s tistimi, ki jih ne vključujejo. Oznake povečujejo odmevnost tvitov tako, da so lažje dostopni za iskanje in jim je tudi lažje slediti. Uporabnost kaže naslednji primer: če v iskalnik vpišemo »olimpijske igre«, bomo dobili rezultate, ki vključujejo samo to besedno zvezo. Oznake kot #Olympic, #Slochi in ##TvitajmoZaNase so zato uporabni za hitro pridobivanje tvitov o olimpijskih igrah, ker omogočajo pridobiti tudi tiste tvite, ki nimajo besedne zveze »olimpijske igre« v jedru. Še več, vključujejo obliko intencionalnosti tvita z opisanim označevanjem, saj uporabniku jasno nakazujejo, da je tvit del kategorije, označene s tematsko oznako. Tako uporabnikom omogoča, da iščejo potencialne cilje vrednotenja in ugotovijo na primer, ali so športniki predmet pozitivnega ali negativnega vrednotenja.

V tematskih oznakah se ustvarjajo medosebni in ideacijski pomeni. Na primer v naslednjem tvitu je uporabljeno **pozitivno čustvo** (»ponosni«) kot označba: »#tako-ponosni, da smo Slovenci. Bravo »risi!«

Narava oznak omogoča uporabnikom, da so lahko zelo ustvarjalni pri tvorjenju označb, ki so neuporabne kot iskalni pojmi, a krepijo vrednotenje. Tipični primeri ustvarjalnega vrednotenja s tematskimi oznakami so: »#putindirtygames«, »#bravo«, »#poklon«.

Uporabniki se tudi pogosto igrajo z oblikovanjem oznak za vrednotenje v samem jedru tvita. Tipičen je naslednji primer, ki kaže, kako oznake izražajo vrednotenje v jedru tvita: »#Bravo #Tina Maze, #risi in ves #teamSlovenia! #Poklon!«. Ponaavljanje oznak deluje kot stopnjevanje pozitivnega vrednotenja slovenskih športnikov na olimpijskih igrah. Brez tematske oznake bi ta tvit izgubil nekaj humornega pretiravanja.

## 6 Zaključek

Ta razprava je na primeru korpusa tvitov o olimpijskih igrah pokazala, kakšne medosebne vrednostne pomeni ustvarjajo uporabniki Twitterja in kako ustvarjajo pripadnost k njegovi spletni skupnosti ter nadgradila obstoječe raziskave o uporabi vrednotenjskega jezika v družbenih omrežjih in drugih internetnih orodjih (Herring 1998; Crystal 2001; Baron 2008; Knight 2008; Zappavigna 2011, 2012a, 2012b). Razprava ni potrdila splošno prisotne kritike Twitterja, da objavlja predvsem vsebinsko prazna sporočila, brez medosebne interakcijske vednosti (Arceneaux, Schmitz Weiss 2010), saj je jasno dokazala družbeno dimenzijo tvitanja. Twitter ponuja prostor za izražanje osebne stališča o izkušnjah skupnosti številnemu občinstvu.

Raziskava je pokazala uporabnost koncepta sklapanja vrednotenjskih in ideacijskih pomenov (Martin 2000; Knight 2008; Zhao 2010; Zappavigna 2008, 2011, 2012a), ki v tvitu deluje kot poziv sledilcu ali iskalcu, da sprejme predstavljeno vrednotenje. V našem gradivu se kaže kot kombinacija imena športnika ali ekipe v neposrednem ogovoru ali prek tematske oznake in v nadaljevanju različnih jezikovnih sredstev, ki izražajo čustvene odzive kot na afektivni komponenti utemeljena stališča, in se ob opisih čustvenega odziva na pojav ter pozitivnem presojanju športnikov in njihovih dejanj uresničujejo s pričakovanim izborom sredstev vrednotenja na vseh jezikovnih ravneh: pravopisno klicaji, glasovno kot ponovitev istih fonemov, ki je v vlogi intenzifikacije, besedno z izborom medmetov in ekspresivnih pridevnikov, skladenjsko s ponavljanjem istega skladenjskega vzorca oz. zvez in prevladovanjem pozitivnosti v obliki vzkličnih povedi in pastavčnih, sorednih stavčnih vzorcev.

Razširitev raziskovanja na tipografske pomene je pokazalo možnost uporabe tematskih oznak na Twitterju za iskanje teme pogovora. Uporabljajo se za označevanje potencialnih predmetov vrednotenja, zaradi česar delujejo kot metapodatki in omogočajo drugim uporabnikom, da na enostaven način najdejo tvite. Komuniciranje s pomočjo uporabe tipografskih strategij omogoča uporabnikom, da njihova stališča postanejo odmevnejša in vsebinsko koherentnejša, sploh ker tudi v tematskih oznakah najdemo eksplicitna sredstva vrednotenja.

Pristop te razprave je temeljil na sistemsko-funkcijskem pristopu, ki smo ga želeli prenesti na proučevanje aktualnega komuniciranja na družbenem omrežju Twitter. Ugotavljava, da so v pregledanih tvitih prisotne vse vrednotenjske dimenzije, prek katerih se uresničuje ustvarjanje medosebnih vrednostnih pomenov, ki ustvarjajo pripadnost spletni skupnosti Twitterja na primeru odzivanja na slovenske športnike ob olimpijskih igrah.

V pregledanih besedilih prevladujejo čustveni odzivi na aktualni športni dogodek, in sicer prek vseh treh dimenzij vrednotenja (izražanja stališča, tvorčeve vpletenosti oz. angažiranosti in stopnjevanja). Ker gre za eksplicitno odzivanje na posamezne športnike, pri vrednotenjski dimenziji **stališče** prevladuje pozitivna presoja konkretnega športnika in njegovih dejanj, ki je eksplicitno izražena z opisanimi (in pričakovanimi) jezikovnimi sredstvi.

Vrednotenjsko dimenzijo **vpletenosti** analiziranih besedil je v grobem mogoče opisati kot sklicevanje na vire z orodji retvitanja, ko se v branje ponuja tuj tvit, saj prav tvitanje prek prilagoditve jezikovnih znakov veča možnost enostavne heteroglosije. Vendarle prevladuje avtorsko vrednotenje (monoglosija), ki je izrazito intenzificirano prek gotovostne naklonosti.

Dimenzija **stopnjevanje** je prepletena s prvima dvema, pri čemer gre za izrazito eksplicitno krepitev leksemov tako z leksiko kot ortografijo.

#### VIRI IN LITERATURA

- Noah ARCENEUX, Amy SCHMITZ WEISS, 2010: Seems stupid until you try it, 2006–9. *New Media & Society* 12/8. 1262–279.
- Mikhail BAKHTIN, 1981: *The dialogic imagination*. Austin: University of Texas Press.
- Naomi S. BARON, 2008: *Always on: Language in an online and mobile world*. Oxford, New York: University Press.
- Matthew BLASZKA, Lauren BURCH, Evan FREDERICK, Galen CLAVIO, Patrick WALSH, 2012: WorldSeries: An empirical examination of a twitter hashtags during a major sport event. *International journal of sport communication* 5/4. 435–53.
- David CRYSTAL, 2001: *Language and the internet*. Cambridge: University Press.
- Gaja ČERV, Monika KALIN GOLOB, 2012: Sovražni govor kot tip vrednotenja: Jezikoslovni vidiki. *Teorija in praksa* 49/1. 149–70.
- Helena DOBROVOLJC, 2008: Jezik v e-poštnih sporočilih in vprašanja sodobne normativistike. *Slovenščina med kulturami*. Ur. M. Košuta. Celovec: Slavistično društvo Slovenije. 197–210.
- Tomaž ERJAVEC, Darja FIŠER, 2013: Jezik slovenskih tvitov: Korpusna raziskava. *Družbena funkcijskost jezika: Vidiki, merila, opredelitve*. Ur. A. Žele. Ljubljana: ZIFF. 109–16.
- Chris GIBBS, Richard HAYNES, 2013: A phenomenological investigation into how twitter has changed the nature of sport media relations. *International journal of sport communication* 6/3. 394–408.

- Ervin GOFFMAN, 1963: *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*. New York: The Free Press.
- Michael A. K. HALLIDAY, 1974: *Explorations in the functions of language*. London: Arnold.
- , 1994: *An introduction to functional grammar*. London: Arnold.
- Michael A. K. HALLIDAY, Christian M. I. M MATHIESSEN, 2004: *An introduction to functional grammar* (Tretja izdaja). London: Arnold.
- Alfred Hermida 2013: Journalism: Reconfiguring journalism research about twitter, one tweet at a time. *Digital journalism* 1/3. 295–313.
- Susan C. HERRING, 1998: *Computer-mediated communication: Linguistic, social and cross-cultural perspectives*. Amsterdam, Philadelphia: Benjamins.
- Gillian FULLER, 1995: *Engaging cultures: Negotiating discourse in popular science* [Doktorska disertacija]. Sydney: University of Sydney. Na spletu.
- Rick IEDEMA, Susan FEEZ, Peter R. R. WHITE, 1994: Appraisal in journalistic discourse. Na spletu.
- Nataša JAKOP, 2008: Pravopis in spletni forumi: kva dogaja? *Slovenščina med kulturami*. Ur. M. Košuta. Celovec: Slavistično društvo Slovenije. 210–19.
- Urška JARNOVIČ, 2006: Sms-ov glas seže v deveto vas. *Mesto in meščani v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi*. Ur. I. Novak Popov. Ljubljana: FF. 215–19.
- , 2007: Diskurzivne značilnosti sms-ov. *Jezik in slovstvo* 52/2. 61–79.
- Monika KALIN GOLOB, 2008: SMS-sporočila treh generacij. *Slovenščina med kulturami*. Ur. M. Košuta. Celovec: Slavistično društvo Slovenije. 283–94.
- , 2009: Med pisnim in govornim ali zgolj po svoje: SMS-sporočila. *Mobilni telefon in transformacija vsakdana*. Ur. T. Oblak in B. Luthar. Ljubljana: FDV. 81–95.
- Naomi KNIGHT, 2008: 'Still cool ... and American too!': An SFL analysis of deferred bonds in internet messaging humour. *Systemic functional linguistics in use*. Ur. N. Nørgaard. Odense: Working Papers in Language and Communication. 481–502.
- Tomo KOROŠEC, 1998: *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
- Simona KRANJIC, 2004: Besedilo v sodobnih medijih in pouk slovenščine kot tujega jezika. *Moderno v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi*. Ur. M. Stabej. Ljubljana: FF. 68–79.
- Jay L. LEMKE, 1984: *Semiotics and education*. Toronto: Victoria University.
- James R. MARTIN, 2000: Beyond exchange: Appraisal systems in English. *Evaluation in Text: Authorial stance and the construction of discourse*. Ur. S. Hunston in G. Thompson. Oxford: University Press, 142–75.
- , 2004: Mourning: How we get aligned. *Discourse and society* 15/2–3. 321–44.
- James R. MARTIN, Peter R. R. WHITE, 2005: *The language of evaluation: Appraisal in English*. London, New York: Palgrave, Macmillan.

- John H. PARMELEE, 2013: The agenda-bulding function of political tweets. *New Media & Society* 2. 1–17.
- John H. PARMELEE, Bichard SHANNON L., 2001: *Politics and the twitter revolution: How tweets influence the relationship between political leaders and the public*. Lanham, MD: Lexington Books.
- Irena OREL, 2003: Sporazumevanje nekoč in danes – od vzorcev pogovorov do mladostniških SMS-ov. *Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem*. Ur. E. Kržišnik. Ljubljana: FF. 407–22.
- Selami ÖZSOY, 2012: Use of twitter usage by club fans. *International journal of human dciences* 9/2. 1132–52.
- Ruth PAGE, 2012: The linguistic of self-branding and micro-celebrity in twitter: The role of hashtags. *Discourse & Communication* 6/2. 181–201.
- Howard RHEINGOLD, 1993: *The virtual community*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Statistic Brain. 2013. Dostopno na: <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics>.
- Maree K. STENGLIN, 2004: *Packaging curiosities: Towards a grammar of three-dimensional space*. Sydney: University of Sydney.
- Jože TOPORIŠIČ (2000): *Slovenska slovnica*. Maribor: Obzorja.
- Peter R. R. WHITE, 2001: Appraisal outline. Na spletu.
- Michele ZAPPAVIGNA, 2011: Ambient affiliation: A linguistic perspective on twitter. *New Media & Society* 13/5. 788–806.
- Michele ZAPPAVIGNA, 2012a: Visualizing logogenesis: Preserving the dynamics of meaning. *Semiotic margins*. Ur. S. Dreyfus, M. Stenglin in S. Hood. London: Continuum. 211–28.
- Michele ZAPPAVIGNA, 2012b: *The discourse of twitter and social media*. London: Continuum.
- Sumin ZHAO, 2010. Intersemiotic relations as logogenetic patterns. *New discourse on language: Functional perspectives on multimodality, identity, and affiliation*. Ur. M. Bednarek in J. R. Martin. London: Continuum. 195–218.

#### SUMMARY

Based on the corpus of Slovene tweets about the Olympic Games, the study illustrates what kinds of interpersonal evaluative meanings users of Twitter produce and how they create an affiliation with the online community. It improves upon existing research on the use of evaluative language by social network sites and other internet services. The paper rejects the widely accepted criticism of Twitter as a service distributing primarily meaningless messages without any interpersonal interactional value. Instead, it clearly demonstrates the social dimension of tweeting. Twitter offers



a place where large audiences can express and exchange personal views on common experiences.

With the systemic-functional approach that was used to analyze relevant communication on Twitter, the authors find that the analyzed tweets comprise all evaluative dimensions. As one would expect from sports enthusiasts, the tweets are dominated by emotional responses to the Olympic Games, which were the topical sporting event. These responses manifest themselves in all three evaluative dimensions, i.e., attitude, engagement, and graduation. Since the tweets represent explicit responses to individual athletes, the evaluative dimension of attitude is dominant in explicitly expressed positive judgments of individual athletes and their results.

In the analyzed texts, the evaluative dimension of engagement can be described as references to sources with the tools of re-tweeting when the reading of a foreign tweet is suggested, since tweeting through adjustments of language characters increases the possibility of simple heteroglossia. However, individual evaluation (monoglossia), highly intensified through graduation to express certainty, is dominant. The dimension of graduation is intertwined with the other two dimensions, resulting in a highly explicit strengthening of lexical items with both lexicon and orthography.

The study demonstrates the usefulness of the concept of combining interpersonal and ideational meanings that act in a tweet as a call to the follower or searcher to accept the presented evaluation. In the examined corpus, this can be observed in a combination of the name of an athlete or team in an explicit address or through topic labels and the linguistic means that express emotional responses as opinions based on the affective component. They are manifested in the predictable selection of evaluative means, e.g., exclamation marks, repetition of phonemes for intensification, interjections and expressive adjectives, repetition of the same syntactic patterns or syntagms, prevalence of calls to join Twitter in the form of exclamatory and verbless clauses, and paratactic combinations with other sentence patterns.

The extension of research on typographical meanings showed a possibility to use Twitter topic labels in searches for topics of interaction. They are used to identify potential topics of evaluation, thus acting as metadata as well as allowing other users to find tweets easily. The interaction, with the help of typographical strategies, allows users to make their opinions more substantive and visible, especially since explicit means of evaluation are found in topic labels.

