

## Твіт як мовленнєвий жанр українського та американського політичного дискурсу: лінгвопрагматичний аспект

Л. Д. Швелідзе

Одеський національний політехнічний університет

Paper received 04.09.20; Accepted for publication 24.09.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2020-235VIII70-09>

**Анотація.** Статтю присвячено зіставному дослідженню українського та американського політичного дискурсів, репрезентованих у соціальній мережі Twitter. Увагу зосереджено на лінгвопрагматичному аспекті комунікативної взаємодії політиків-мовців, зокрема визначено комунікативний простір як політичний твітинг і простежено жанрової особливості твіту в політичному спілкуванні. Виокремлено поліфункційність, синкретичність і поліжанровість як загальні характеристики політичного твітингу. З'ясовано особливості політичного твітингу в українському та американському політичному дискурсах, що зумовлено вибором мовців комунікативних стратегій і інтенцій, скерованих на адресатів і політичних опонентів. Простежено особливості політичного твітингу на мовному рівні та проілюстровано одержані результати твітами відомих політиків.

**Ключові слова:** політичний дискурс, політичний твітинг, твіт, комунікативна взаємодія, мовленнєвий жанр.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Активний розвиток віртуального комунікативного простору зумовив розширення сфер, типів і жанрів взаємодії учасників інтернет-дискурсу. Тенденції до віртуалізації масмедіа, самопрезентації, комунікативної і розважальної діяльності людини спричинили появу соціальних мереж як однієї із найпопулярніших форм взаємодії. Соціальні мережі виконують інформаційну, комунікативну, персуазивну, розважальну тощо функції та використовуються не лише в міжособистісному спілкуванні, а й в інституційному. Серед інституційних типів дискурсу використання соціальних мереж чи не найбільш поширене в політичному дискурсі: відомі політики мають власні мережеві профілі та сторінки, коментують актуальні події, висловлюють свою позицію, спілкуються з читачами тощо. Завдяки оперативності та інтерактивності мережевої комунікації використання соцмереж становить конкуренцію офіційним медіа і дає змогу представити політиків як мовних особистостей, зокрема в разі безпосередніх авторських дописів. Серед соціальних мереж, що залучені до політичної комунікації, потужним інструментом публічного спілкування є Twitter. Зарубіжні політики використовують цю соцмережу давно і часто, натомість українські політики залучають Twitter меншою мірою, здебільшого дублюючи інформацію в інших соцмережах. Утім, відмінності мають не лише формальний, а й змістовий і прагматичний характер, що потребує ґрунтовного лінгвістичного аналізу, зокрема в аспекті жанрової специфіки комунікативної взаємодії в соціальній мережі Twitter. Останнім часом спостерігаємо формування нової галузі генристичних досліджень у межах мовознавства – інтернет-жанрології (О. Горошко, О. Жигаліна [3] та ін.), що має на меті вивчення новітніх методів комунікативної взаємодії, що виникли і функціонують в інтернет-дискурсі.

**Ступінь розроблення проблеми в лінгвістиці.** У сучасній лінгвістиці визначено й схарактеризовано поняття віртуального дискурсу (Н. Асмус, Н. Ахренова, А. Белова, О. Горошко, Л. Компанцева, О. Лутовинова, Л. Щипіцина та ін.), одним з виявів якого є мережевий дискурс. Дослідження соціальних мереж як особливого комунікативного простору розпочато порівняно недавно і переважно зосереджено

на лексико-семантичних і комунікативно-прагматичних проблемах мережевого дискурсу. Вивчення особливостей соціальної мережі Twitter ґрунтується передусім на структурно-семантичних і формально-графічних параметрах спілкування, що описано в наукових розвідках зарубіжних дослідників (D. Boyd, S. Golder, G. Lotan, A. Ritter, C. Cherry, B. Dolan, Г. Атягіної, О. Горошкіна, Н. Кобрін та ін.) та українських науковців (О. Дзюбіна, М. Навальна, С. Нерян, Т. Полякової та ін.) Г. Атягіна потрактовує Twitter як особливу дискурсивну практику, відзначаючи такі риси, як «доступність для спостереження, динамічність, різноманіття суб'єктів комунікації і швидка реакція на актуальні події сьогодення» [1, с. 7]. О. Горошко називає спілкування в зазначеній соціальній мережі твітингом і визначає його як мікроблогінг з наступними характеристиками: можливість твітингу за допомогою хештегів, обмеження обсягу повідомлення, обмеження доступу до приватного листування, високий ступінь інтегрованості в інші інтернет-сервіси [5, с. 12].

Проблеми дослідження політичного твітингу порушено переважно в наукових розвідках зарубіжних дослідників: L. Dang-Xuan, S. Stieglitz, J. Wladarsch, Ch. Neuberger [9], A. Maireder та J. Ausserhofer [10] та ін. Дослідження твітингу в політичному дискурсі представлено в праці О. Горошко і Т. Полякової, які виокремлюють новий мовленнєвий жанр – політичний твітинг, що має наступні параметри: «мета, тип автора та адресата, хронотоп (оформлення жанру на екрані комп'ютера, структура твітів, обмеження довжини повідомлення в 140 знаків, види твітів, тематика твітів, мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстуальність, оперативність), стилістичні параметри» [4, с. 94]. У дисертації Т. Полякової розглянуто жанрові характеристики твітингу в англомовному політичному дискурсі [8]. Проте зіставне дослідження, що дасть змогу виявити спільне і відмінне у спілкуванні українських та американських політиків у Twitter, не було реалізовано на запропонованому матеріалі в лінгвопрагматичному вимірі.

**Мета дослідження** – визначити твіт як основний мовленнєвий жанр мережевого спілкування в Twitter та простежити особливості його використання в українському та американському політичних дискурсах.

Мета зумовила розв'язання наступних завдань: виявити специфічні риси повідомлень у соціальній мережі Twitter зі структурно-семантичного погляду; схарактеризувати основні жанрові особливості твітів у політичному дискурсі; зіставити твіти українських та американських політиків та з'ясувати спільні та відмінні риси реалізації інтенцій політичних лідерів.

**Методи дослідження.** У статті використано такі методи дослідження, як метод дискурс-аналізу, скерований на виявлення специфіки інтерактивному спілкування в мережевому дискурсі; метод лінгвостилістичного аналізу – задля виявлення особливостей мовного наповнення мікротексту повідомлень у Twitter; метод функційного аналізу – з метою з'ясування функцій мовленнєвого жанру «твіт» у мережевому дискурсі; метод лінгвопрагматичного аналізу – з метою визначення жанрової специфіки твітингу.

**Викладення основного змісту дослідження.** Соціальна мережа Twitter має специфічну рису, що відрізняє комунікативну взаємодію в його межах від інших соціальних мереж, – це можливий максимальний обсяг повідомлення, який становить не більше 140 символів. Обмежений обсяг повідомлення (твіту) зумовлює одну з основних вимог до змісту тексту – лаконічність, стислість, тобто автор повинен в стислій формі виразити основну думку, дотримуючись текстових категорій інформаційності та комунікативності. Чіткі вимоги до обсягу, структури і змісту повідомлень у Twitter зумовлюють вироблення жорстких жанрових характеристик на відміну від інших соціальних мереж, що не мають подібних вимог до дописів і користувачів. Це спричиняє певною мірою афористичність твітингу, напр.: *Donald Trump didn't build a wall around America, the world built a wall around us* (Jor Biden, 28.08.2020). З огляду на це, актуальним є розгляд твіту саме в жанровому аспекті, що уможливорює виявлення основних жанрових ознак твіту як мережевого повідомлення. О. Горошко вважає, що Twitter і ширшим за поняття соціальної мережі та наголошує на тому, що це «засіб оперативного спілкування, гібридна формою, що поєднала ознаки кількох інтернет-ресурсів: служби миттєвих повідомлень, блогу, електронної пошти і соціальної мережі» [5, с. 12]. Н. Кобрін додає, що Twitter є «інформаційною мережею в реальному часі (a real-time information network)» [7, с. 109]. О. Гончарова детермінує Twitter як «новий конвергентний інтернет-жанр, серед основних жанротвірних ознак якого потрібно виокремити лаконічність, адресність, контекстну і комунікативну зумовленість, інтерактивність, гібридність, конвергентність» [2, с. 57]. У політичному дискурсі використання соцмережі Twitter пов'язано з домінуванням комунікативної настанови на спілкування з масовим адресатом, тобто комунікація «скерована на всіх користувачів, підписаних на отримання повідомлень відповідного політичного діяча» [4, с. 95]. Утім, на нашу думку, політичний дискурс як вияв інституційного спілкування загалом має характер масової адресованості і не орієнтований на міжособистісне спілкування.

В українському політичному твітингу, що є віддзеркаленням українського політичного дискурсу, представлення повідомлень переважно здійснюється полі-

тичними лідерами державною мовою. Проте українські політики здебільшого дублюють повідомлення, створені українською мовою, ще й англійською, напр.:

*Discussed with the Babyn Yar #Holocaust Memorial Charity Fund the need to implement an important project for #Ukraine – a memorial center of Holocaust victims. There have been many tragic pages in our history. We must remember and talk about them with next generations.*

*Обговорив з Благодійним фондом «Меморіал Голокосту» «Бабин Яр» необхідність втілення важливого для України проекту – меморіального центру пам'яті жертв Голокосту. В нашій історії було багато трагічних сторінок. Ми маємо пам'ятати про них, розповідати наступним поколінням* (В. Зеленський, 29.07.2020).

Зазначимо, що першим повідомленням репрезентовано саме англomовне, а лише другим – українськомовне, хоч основними адресатами політичного твітингу є саме українці, оскільки твіт має інформаційний характер і містить повідомлення про події в Україні. Таке дублювання представлено у деяких українських політиків (В. Зеленського, У. Супрун та ін.) і свідчить, на нашу думку, про вторинність українського політичного твітингу та скерування на зарубіжну англomовну аудиторію.

Жанрова специфіка твіту в мережевій комунікації ґрунтується на поліфункційності віртуального спілкування. Зважаючи на це, твіт підпорядкований реалізації різноманітних авторських інтенцій, серед яких домінує прагнення інформувати адресата про певні події в житті мовця або світу, емоційний стан мовця тощо, напр.: *Збільшується кількість хворих на коронавірус, які потребують госпіталізації. В стаціонарах перебувають 486 пацієнтів. З них 22 дитини. 101 хворий у важкому стані. 195 отримують кисневу терапію. 14 під апаратами ШВЛ. Іще 60 пацієнтів перебувають в лікарнях із підозрою на коронавірус* (В. Кличко, 28.08.2020). Домінування інформаційної функції спостерігаємо в українському політичному твітингу, натомість в американському переважають поліфункційні повідомлення з актуалізованою авторською позицією. Так, в американському політичному твітингу фіксуємо актуалізовані засоби вираження суб'єктивної модальності, напр.: *In my view, we can no longer tolerate the three wealthiest people in America owning more wealth than the bottom 50 percent, while over 30 million Americans have lost their jobs and 92 million people are either uninsured or under-insured* (Bernie Sanders, 6.08.2020). Мовці-політики висловлюють свою позицію, аргументують її, часом наві'язують читачам і переконують в її істинності. В українському твітингу трапляються аргументативні дописи з вербалізацією авторської позиції, проте це має поодинокий характер, напр.: *Вважаю, що монобільшість приведе до дострокових парламентських виборів. Питання тільки – коли. З огляду на те, що ніякої монобільшості вже немає, наступний рік може стати роком, коли Україна піде на дострокові парламентські вибори #websf* (А. Яценюк, 10.07.2020). У такому разі дописувач коментує певну ситуацію, подію, явище, тобто інформаційність поєд-

нано з аргументативністю. Зазначимо, що посилення чинника автора в американському політичному твітингу супроводжується використанням адресно скерованих комунікативних стратегій, здебільшого конфліктного типу, метою яких є дискредитація політичних опонентів, напр.: *Donald Trump promised to bring back jobs, but his policies crushed the manufacturing sector – and that was true even before COVID-19. I'll revitalize American manufacturing and innovation and create millions of good-paying jobs so we can build back better* (Jor Biden, 6.08.2020). В українському мережевому просторі твіти переважно нейтрального характеру, їхній зміст здебільшого орієнтований на репрезентацію позиції мовця, а не приниження політичних опонентів.

Інформаційність політичних твітів поєднана з іншими функційними настановами, що спричиняє синкретизм на жанровому рівні: політичні твіти синтезують жанри різних типів. Це передусім поєднання інформаційності з ритуальністю, що зумовлює залучення ритуальних жанрів і відповідних мовленнєвих актів привітання, напр.: *A very big CONGRATULATIONS to the great @seanhannity on having the Number One Book on the Planet, "Live Free Or Die". The book is fantastic, and so true. Keep Sean Number One!* (D. Trump, 6.08.2020); запрошення, напр.: *«Наші Котики» повертаються на великий екран! Поки що для показу просто неба. Вхід вільний, тож беріть своїх близьких та друзів, аби провести останні дні літа на свіжому повітрі і від душі посміятися в компанії котиків. Зустрінемося на показі!* (У. Супрун, 26.08.2020); побажання, напр.: *Звільнення глави керованої з Москви Білоруської православної церкви, який відбувався поранених протестуючих у лікарнях, ще раз показує очевидне: РПЦ не про віру та цінності, а про політику. Бажаю білорусам отримати свою, як в нас, православну церкву* (П. Клімкін, 27.08.2020); подяки, напр.: *Thank you @womenvote100 for joining us at the @WhiteHouse yesterday to honor this historic milestone & celebrate the incredible achievements and contributions women have made to our Nation. Your work ensures that all women and young girls have the ability to pursue their dreams!* (M. Trump, 19.08.2020) тощо. Жанрова синкретичність, зокрема поєднання інформаційності з ритуальністю становить одну з особливостей політичного твітингу на лінгвопрагматичному рівні. Використання перформативних мовленнєвих актів у твітах актуалізує лінгвопрагматичний ефект спілкування та створює ефект безпосередньої інтерактивної комунікативної взаємодії. Через етикетні дії ритуального характеру політики-мовці, з одного боку, демонструють повагу до читачів і власну вихованість, а з іншого боку, інформують читачів про певні політичні події та висловлюють власну позицію щодо цих подій. Так, урочисті дати завжди є інформаційним приводом для коментарів та самопрезентацій, напр.: *The 19th amendment is the legacy of all those who marched and organized for transformational legislative change. Progress isn't about just politics or protest – it's about both. 100 years later, we're all so much better off because of*

*their commitment* (В. Обама, 19.08.2020). Політики подають вербальну реакцію на певні події або урочистості, інформують адресатів про певні події та коментують своє ставлення до події та її значення для сьогодення. Такий підхід однаковою мірою характерний і для українського, і для американського політичного твітингу.

У політичному твітингу інформаційність поєднана і з аргументативністю: політики стисло формулюють власну позицію або висловлюють ставлення до ситуації з відповідними аргументами, напр.: *Суттєвий виклик – місцеві вибори. Будуть займатися не вирішенням проблем децентралізації чи місцевих громад, а прокладатимуть шлях для політичної деструкції і ідеологічного розколу України. Переживаю, що ці місцеві вибори можуть політично поділити Україну по Дніпру* (А. Яценюк, 10.07.2020). Аргументи висловлені на підтримку власної політичної позиції, а інтенція мовця в цьому випадку скерована не лише на аргументацію, а й на самопрезентацію як політика, який знає вихід за складної ситуації.

Синкретичність політичного твітингу на рівні комунікативних настанов виражається і в залученні персуазивних інтенцій: інформуючи про певну подію чи висловлюючи власну думку, політики намагаються й агітувати за певну політичну силу або, навпаки, дискредитувати своїх опонентів, напр.:

*Donald Trump and Betsy DeVos are the worst possible people to lead our nation's schools through this pandemic* (D. Trump, 2.09.2020). За таких умов у твіті вжито імена або прізвища політиків-опонентів і переважно наявні заклики до відповідних дій. Зазначимо, що в американському політичному твітингу прями вказівки на політичних опонентів представлені більшою мірою, ніж в українському. Домінантною інтенцією українських політиків є представити себе в позитивному світлі, а американських – представити своїх опонентів у негативному світлі. Зважаючи на це, фіксуємо оцінну та стилістично-знижену лексику на позначення політичних опонентів. Загалом американський політичний твітинг ґрунтується на ширшому спектрі комунікативних стратегій і демонструє різноманітні комунікативні ролі політиків. Натомість український політичний дискурс у мережі Twitter переважно тяжіє до ритуальності і скерований на презентацію окремих політиків.

**Висновки дослідження.** Політичний дискурс представлений в соціальній мережі Twitter як окремий поліжанровий різновид – політичний твітинг, що характеризується інтерактивністю та синкретичністю. Основним жанром політичного твітингу є твіт, що відзначений лаконічністю та афористичністю, що зумовлено актуалізацією основних текстових категорій комунікативності та інформативності. Американський політичний твітинг має виражений суб'єктивний характер, ґрунтується на комунікативних стратегіях аргументації і дискредитації. Український політичний твітинг тяжіє до пріоритетного залучення ритуальних жанрів та стратегій самопрезентації політиків.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Атягина А. П. Твиттер как новая дискурсивная практика: автореферат дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук. Омск, 2014. 22 с.
2. Гончарова Е. А. Жанрообразующие характеристики англоязычного микроблога Твиттер. Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 3. С. 51–58.
3. Горошко Е. И., Жигалина Е. А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики. 2010. № 12. С. 105–124.
4. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. Политический твиттинг как новый жанр интернет-коммуникации. Вопросы психолингвистики. 2014. С. 92–103.
5. Горошко Е.И. «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении // Вестник Тверского государственного университета. 2011. №3. С. 11–21.
6. Дзюбина О. И. Коммуникативный аспект соціальних мереж Facebook і Twitter. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки». 2016. № 2 (12). С. 218–222.
7. Кобрин Н. В. Твиттинг – новый социо-коммуникативный жанр интернет-коммуникации. Филологические науки. вопросы теории и практики. 2016. № 9 (63). В 3-х частях. Ч. 3. С. 109–111.
8. Полякова Т. Л. Лінгвостилістичні характеристики жанру твітінг в англomовній політичній інтернет-комунікації: автореферат дис. на здобуття наук. ступеня. к. філол. н. Харків, 2014. 20 с.
9. Dang-Xuan L., Stieglitz S., Wladarsch J., Neuberger Ch. An Investigation on Influentials and the Role of Sentiment in Political Communication on Twitter during Election Periods // Information, Communication & Society, 2013. Pp. 1–31.
10. Maireder A., Ausserhofer J. National Politics on Twitter // Information, Communication & Society, 2013. Pp. 291–314.

#### REFERENCES

1. Atyagina A. P. Twitter as a new discursive practice: abstract of thesis of cand. philol. sciences. Omsk, 2014. 22 p.
2. Goncharova E. A. Genre-forming characteristics of the English-language microblogging Twitter. Actual problems of philology and pedagogical linguistics. 2019. No. 3. P. 51–58.
3. Goroshko E. I., Zhigalina E. A. Virtual genre studies: established and controversial // Questions of psycholinguistics. 2010. No. 12, pp. 105–124.
4. Goroshko E. I., Polyakova T. L. Political Twittering as a new genre of Internet communication. Psycholinguistics issues. 2014. S. 92–103.
5. Goroshko E.I. "Chirping" genre 2.0 Twitter or what's new in virtual genre studies // Bulletin of Tver State University. 2011. No. 3. S. 11–21.
6. Dzyubina O. I. Communicative aspect of social networks Facebook and Twitter. Bulletin of Alfred Nobel University of Dnepropetrovsk. Philological Sciences Series. 2016. № 2 (12). Pp. 218–222.
7. Kobrin N. V. Twittering – a new socio-communicative genre of Internet communication. Philological sciences. questions of theory and practice. 2016. No. 9 (63). In 3 parts. Part 3, pp. 109–111.
8. Polyakova TL Linguistic and stylistic characteristics of the twittering genre in English political Internet communication: abstract of thesis of cand. philol. sciences. Kharkiv, 2014. 20 p.

#### **Tweet as a speech genre of Ukrainian and American political discourse: a linguo-pragma- tic aspect**

**L. D. Shvelidze**

**Abstract.** The article is devoted to a comparative study of Ukrainian and American political discourses represented on the social network Twitter. Attention is focused on the linguo-pragma- tic aspect of the communicative interaction of speaking politicians, in particular, the communicative space as a political tweet is defined and the genre peculiarity of tweet in political communication is traced. Polyfunctionality, syncretism and polygenre as general characteristics of political tweeting are singled out. The peculiarities of political tweeting in Ukrainian and American political Twitter are clarified, which is due to the choice of speakers of communication strategies and intentions aimed at recipients and political opponents. The peculiarities of political tweeting at the language level are traced and the results obtained by tweets of well-known politicians are illustrated.

**Keywords:** political discourse, political tweeting, tweet, communicative interaction, speech genre.