

УДК 811.111:811.161.2

Л. Д. Швелідзе

канд. філол. наук,

старший викладач кафедри англійської філології та перекладу,

Національний університет «Одеська політехніка»

[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251861](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251861)

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА TWITTER: ОСНОВНІ ДИСКУРСИВНІ ОЗНАКИ В УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Статтю присвячено зіставному аналізу мовленнєвої поведінки носіїв української та англійської мови в соціальній мережі Twitter. Схарактеризовано специфіку Twitter як соціальної мережі та основний мовленнєвий жанр – твіт. Представлено зіставлення частотності мережевої активності носіїв української та англійської мов у Twitter. Здійснено порівняння мовленнєвої поведінки користувачів у Twitter і у Facebook. Визначено структурні, семантичні та лінгвопрагматичні параметри твітів в українськомовному і англомовному комунікативному середовищі. Доведено, що англомовний твітинг має виражений суб'єктивний характер та ґрунтується на комунікативних стратегіях аргументації і дискредитації; українськомовний твітинг тяжіє до пріоритетного залучення ритуальних жанрів та стратегії самопрезентації

Ключові слова: соціальна мережа, мережевий дискурс, Twitter, англомовний користувач, українськомовний користувач.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Скерування наукових пошуків сучасного типологічного і порівняльного мовознавства в бік дискурсології та лінгвопрагматики зумовило вивчення мовленнєвої діяльності носіїв різносистемних мов у дискурсах різних типів, серед яких особливого значення набуває комунікативна діяльність у соціальних мережах. Комуніканти здійснюють взаємодію в мережевому дискурсі як у персональній, так і в інституційній сферах, спрямовуючи спілкування в заданому напрямі, визначеному на стратегічному рівні. Основні відмінності спілкування у віртуальному просторі представлено в такій популярній соцмережі, як Twitter, що зумовлює потребу його вивчення в зіставному аспекті

Ступінь дослідження проблеми в мовознавстві. Вивчення особливостей соціальної мережі Twitter ґрунтується передусім на структурно-семантичних і формально-графічних параметрах спілкування, що описано в наукових розвідках зарубіжних дослідників та українських науковців. 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 тегінга за допомогою хештегів, обмеження обсягу повідомлення, обмеження доступу до приватного листування, високий ступінь інтегрованості в інші інтернет-сервіси [3, с. 12].

Проблеми дослідження політичного твітингу порушено переважно в наукових розвідках зарубіжних дослідників ([7], [8] 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 англійськомовному політичному дискурсі. Т. Полякова уналежнює до чинників, що забезпечують високу популярність Твіттеру наступні: простоту і доступність користування, високу оперативність, швидкість створення акаунта, наявність зручного пошукового інтерфейсу, можливість виразити свою думку в лаконічній формі [6, с. 93]. О. Горошко, аналізуючи жанри віртуального дискурсу, зазначає: «виникають абсолютно нові, *дигітальні* або *мережеві* жанри, які своїм народженням зобов'язані виключно технічним можливостям мережі Інтернет і сервісів на його основі, наприклад, чат або служба миттєвих повідомлень. Виникають і гібридні жанри, що під впливом інтернет-технологій значно видозмінилися або трансформувалися в інші форми» [3, с. 12]. Стосовно Твіттера О. Горошко звертає увагу на такі характеристики цієї соцмережі: наявність хештегів, що використовуються з метою тегінга; обмеження обсягу 140 символами; обмеження доступу до приватного листування зареєстрованих користувачів; високий ступінь інтегрованості в інші сервіси веб 2.0» [3, с. 14]. 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» [3, с. 12]. Н. Кобрін додає, що Twitter є «інформаційною мережею в реальному часі (*a real-time information network*)» [5, с. 109].

Проте зіставний аспект комунікативної взаємодії в Twitter потребує ґрунтовного аналізу.

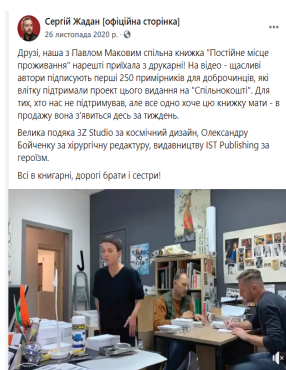
Мета дослідження – здійснити зіставний аналіз англомовного та українськомовного сегментів соціальної мережі Twitter в комунікативно-дискурсивному аспекті.

Об'єктом нашого дослідження є англокомовний та українськомовний сегменти соціальної мережі Twitter, **предметом** дослідження слугували мовленнєві жанри цієї соцмережі – твіти, – представлені користувачами – носіями англійської та української мов. Джерельною базою дослідження слугували твіти публічних осіб України, США і Великобританії – політиків, письменників, акторів та ін.

Викладення основного дослідження. Серед соціальних мереж, що залучені до персональної та інституційної комунікації, потужним інструментом публічного спілкування є Twitter. Фактичний матеріал демонструє надання переваги цій соцмережі в англomовному мережевому дискурсі: ми проаналізували 940 твітів з 1800 коментарями англomовних користувачів і 560 твітів з 1200 коментарями українськомовних користувачів. Загалом українськомовні користувачі значно рідше використовують Twitter як комунікативний простір і здебільшого дублюють представлені дописи в обох соцмережах, натомість англomовні користувачі є активними комунікантами саме в Twitter.

Наведемо деякі кількісні показники твітів за статистикою, представленою в соцмережі: англomовні користувачі Г. Клінтон – 12500, Н. Чомский – 16700, Б. Обама – 16100, Е. Воррен – 7765; українськомовні користувачі Д. Кулеба – 5977, А. Гриценко – 3800, А. Яценюк – 2971, С. Жадан – 1094. Як бачимо, за кількістю твітів значно переважають англomовні публічні особи та культурні діячі, а українськомовні користувачі досить обмежено використовують Twitter як віртуальний комунікативний простір.

Якщо порівнювати дописи у двох соцмережах – Twitter і Facebook, – то Twitter демонструє переважно дублювання інформації в українськомовних користувачів. Так, наприклад, на офіційній сторінці у українського письменника С. Жадана у Twitter представлено твіт: *Друзі, наша з Павлом Маковим спільна книжка «Постійне місце проживання» нарешті приїхала з друкарні! На відео – щасливі автори підписують перші 250 примірників для доброчинців, які влітку підтримали проект цього видання на «Спільнокошти»* (Twitter, 28.11.2020). Натомість на сторінці у Facebook цей допис представлений на два дні раніше в розгорнутому вигляді.



Якщо порівнювати дописи і твіти однакового змісту за близькі дати, то в українськомовних користувачів спостерігаємо переважно дублювання зі стислим варіантом твіту і повним у дописі Facebook. В англomовних користувачів такого дублювання не зафіксовано: Twitter демонструє оперативну, миттєву реакцію користувачів на певні події, наслідком чого є численні твіти, пред-

ставлені упродовж одного дня (до 10–15 твітів), а в мережі Facebook дописи з'являються не частіше 1–2 разів на день.

Наведемо приклад зі сторінки М. Обама за 7.11.2020, що містить низку твітів різного змісту, розміщених упродовж одного дня



Саме така ситуація є характерною для англomовних користувачів: твітинг виконує функцію оперативного реагування на об'єктивну дійсність і не дублює інші соцмережі.

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* (Twitter, Дж. Байден, 28.08.2020). З огляду на це актуальним є розгляд твіту саме в жанровому аспекті, що уможливує виявлення основних жанрових ознак твіту як мережевого повідомлення.

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]. О. Гончарова детермінує Twitter як «новий конвергентний інтернет-жанр, серед основних жанротвірних ознак якого потрібно ви-

окремити лаконічність, адресність, контекстну і комунікативну зумовленість, інтерактивність, гібридність, конвергентність» [2, с. 57].

Відзначимо специфіку поєднання політичного і мережевого дискурсів в українському Twitter, що є віддзеркаленням українського політичного дискурсу, представлення повідомлень переважно здійснюється політичними 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 (Twitter, В. Зеленський, 29.07.2020).

Значимо, що першим повідомленням репрезентовано саме англійське, 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, П. Клімкіна, П. Порошенка, У. Супрун, А. Яценюка та ін.) і свідчить, на нашу думку, про вторинність українського політичного твітингу та скерування на зарубіжну англійськомовну аудиторію, напр.: *I don't believe it's possible to reach peace in UA by talking to Putin & trying to see something in his eyes. Putin's eyes are full of blood. There is nothing to see there except suffering, war, oppression & fight against UA (Twitter, А. Яценюк, 23.10.2020); #Ukraine is ranked among the world's best for IT services outsourcing. We are also among the leading producers and exporters of agricultural products with huge potential. I told about Ukraine's investment attractiveness at the #Vienna Economic Forum – Vienna Future Dialogue 2020 (Twitter, Д. Шмигаль, 16.11.2020).*

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 (Twitter, В. Кличко, 28.08.2020).* Домінування інформаційної функції спостерігаємо в українськомовному твітингу, натомість в англійськомовному переважають поліфункційні повідомлення з актуалізованої авторської позиції-

єю. 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* (Twitter, Б. Сандерс, 6.08.2020). Мовці-політики висловлюють свою позиції, аргументують її, часом нав'язують читачам і переконують в її істинності.

В українськомовному 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 #webksf* (Twitter, А. Яценюк, 10.07.2020). У такому разі дописувач коментує певну ситуацію, подію, явище, тобто інформаційність поєднано з аргументативністю. Зазначимо, що посилення чинника автора в англійськомовному твітингу супроводжується використанням адресно скерованих комунікативних стратегій, здебільшого конфліктного типу, 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* (Twitter, Дж. Байден, 6.08.2020). В українськомовному мережевому просторі твіти переважно нейтрального характеру, їхній зміст здебільшого орієнтований на репрезентацію позиції мовця.

Інформаційність твітів поєднана з іншими функційними настановами, що спричиняє синкретизм на жанровому рівні: синтезовано 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!* (Twitter, Д. Трамп, 6.08.2020); запрошення, напр.: *«Наші Котіки» 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!* (Twitter, У. Супрун, 26.08.2020); побажання, напр.: *Звільнення глави керованої з Москви Білоруської православної церкви, який відвідував 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* (Twitter, 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!* (Twitter, М. Трамп, 19.08.2020) тощо.

Жанрова синкретичність, зокрема поєднання інформаційності з ритуальністю становить одну з особливостей 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 мовці, з одного боку, демонструють повагу до читачів і власну вихованість, а з іншого боку, інформують читачів про певні 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* (Twitter, Б. Обама, 19.08.2020). Мовець представляє 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 українськомовного, і для англійськомовного твітингу.

У твітингу інформаційність поєднано і з аргументативністю: мовці 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* (Twitter, А. Яценюк, 10.07.2020). Аргументи висловлені на підтримку власної 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 твітингу на рівні комунікативних настанов виражається і в залученні персуазивних інтенцій: інформуючи про певну подію чи висловлюючи власну думку, мовці 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* (Twitter, Д. Трамп, 2.09.2020). За таких умов у твіті вжито імена або прізвища політиків-опонентів і переважно наявні заклики до відповідних дій.

Зазначимо, що в англійськомовному твітингу прямі вказівки на опонентів представлені більшою мірою, ніж в українському. Домінантною інтенцією українськомовних користувачів стає представлення себе в позитивному світлі, а англійськомовних – представити своїх опонентів у негативному світлі.

Висновки і перспективи дослідження. Віртуальний дискурс, представлений в соціальній мережі Twitter, характеризується інтерактивністю та синкретичністю. Його основним жанром є твіт, відзначений лаконічністю та афористичністю, що зумовлено актуалізацією основних текстових категорій комунікативності та інформативності. Англомовний твітинг має виражений суб'єктивний характер, ґрунтується на комунікативних стратегіях аргумента-

ції і дискредитації. Українськомовний твітинг тяжіє до пріоритетного залучення ритуальних жанрів та стратегії самопрезентації. Перспективи дослідження полягають у подальшому зіставленні комунікативної поведінки носіїв української та англійської мов у мережевому дискурсі.

Література

1. Атягина, А. П. (2014). *Твиттер как новая дискурсивная практика*. (Автореферат дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук).
2. Гончарова, Е. А. (2019). Жанрообразующие характеристики англоязычного микроблога Твиттер. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*, 3, 51–58.
3. Горошко, Е. И. (2011). «Чирикающий» жанр 2.0 Твиттер или что нового появилось в виртуальном жанроведении. *Вестник Тверского государственного университета*, 3, 11–21.
4. Горошко, Е. И., Полякова, Т. Л. (2014). Политический твиттинг как новый жанр Интернет-коммуникации. *Вопросы психолингвистики*, 92–103.
5. Кобрин, Н. В. (2016). Твиттинг – новый социокоммуникативный жанр Интернет-коммуникации. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 9 (63). В 3-х ч. Ч. 3, 109–111.
6. Полякова, Т. Л. (2014). *Лингвостилистичні характеристики жанру твітінг в англійській політичній інтернет-комунікації*. (Автореферат дис. канд. філол. наук).
7. Maireder, A., Ausserhofer, J. (2013). National Politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 291–314.
8. Dang-Xuan, L., Stieglitz, S., Wladarsch, J., Neuberger, Ch. (2013). An Investigation on Influentials and the Role of Sentiment in Political Communication on Twitter during Election Periods. *Information, Communication & Society*, 1–31.

References

1. Atyagina, A. P. (2014). Twitter as a new discursive practice [Twitter kak novaya diskursivnaya praktika]. (Avtoreferat diss. na soiskanie uchen. stepeni kand. filol. nauk).
2. Goncharova, E. A. (2019). Genre-forming characteristics of the English microblog Twitter [Zhanroobrazuyushchie kharakteristiki angloyazychnogo mikrobloga Twitter]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*, 3, 51–58.
3. Goroshko, E. I. (2011). Tweeting Genre 2.0 Twitter or What's New in Virtual Genre Studies [«Chirikayushchiy» zhanr 2.0 Twitter ili chto novogo poyavilos' v virtual'nom zhanrovedenii]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta*, 3, 11–21.
4. Goroshko, E. I., Polyakova, T. L. (2014). Political tweeting as a new genre of Internet communication [Politicheskyy twitting kak novyy zhanr Internet-kommunikatsii]. *Voprosy psikholingvistiki*, 92–103.
5. Kobrin, N. V. (2016). Twitting is a new socio-communicative genre of Internet communication [Twitting – novyy sotsiokommunikativnyy zhanr Internet-kommunikatsii]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 9 (63). V 3-kh ch. Ch. 3, 109–111.
6. Poliakova, T. L. (2014). Linguistic and stylistic characteristics of the twittering genre in English political Internet communication [Linhvostylistychni kharakterystyky zhanru tvittinh v anhlomovnii politychnii internet-komunikatsii]. (Avtoreferat dys. kand. filol. nauk).
7. Maireder, A., Ausserhofer, J. (2013). National Politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 291–314.
8. Dang-Xuan, L., Stieglitz, S., Wladarsch, J., Neuberger, Ch. (2013). An Investigation on Influentials and the Role of Sentiment in Political Communication on Twitter during Election Periods. *Information, Communication & Society*, 1–31.

Shvelidze L.D.

**TWITTER SOCIAL NETWORK: MAIN DISCURSIVE
FEATURES IN UKRAINIAN-SPEAKING AND ENGLISH-
SPEAKING COMMUNICATIVE ENVIRONMENT**

The article is devoted to a comparative analysis of the speech behavior of Ukrainian and English speakers on the social network Twitter. The specifics of Twitter as a social network and the main speech genre – tweet are characterized. A comparison of the frequency of network activity of Ukrainian and English speakers on Twitter is presented. A comparison of the speech behavior of users on Twitter and Facebook. The structural, semantic and linguo-pragmatic parameters of tweets in the Ukrainian-language and English-language communicative environment are determined. English-language tweeting has been shown to be highly subjective and based on communicative strategies of argumentation and discrediting; Ukrainian-language tweeting tends to involve ritual genres and self-presentation strategies as a priority

Key words: *social network, network discourse, Twitter, English-speaking user, Ukrainian-speaking user.*