

ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ ДИСКУРСУ ЦИФРОВОЇ ДИПЛОМАТІЇ

У статті проаналізовано лінгвокогнітивні особливості дискурсу цифрової дипломатії. Відзначено вплив дигітальних технологій на характер дискурсивних практик дипломатів. Зроблено висновок про їх персоналізованість та відкритість.

Ключові слова: цифрова дипломатія, твіпломатія, лінгвокогнітивні стратегії, дискурс, мережева комунікація.

I. Вступ

Актуальність цієї розвідки зумовлена потребою вивчення функціональних особливостей інституціонального дискурсу, який формується останнім часом під впливом цифрових технологій. У просторі міжкультурної взаємодії виникає потужне знаряддя, яке, за влучним висловом Д. А. Леві, «здатне за своїм бажанням верстати настрої навіть не соціальних груп, а цілих держав» [2]. Застосування соціальних медіа різними суспільними акторами, зокрема суб'єктами дипломатичної діяльності, призводить до виникнення нових видів комунікативних практик. Вони набувають лінгвокогнітивних властивостей, характерних для епохи дигіталізації. Вивчення нових мовленнєвих стратегій дипломатичного дискурсу, що впливають на характер міжкультурної комунікації, більш широкої за сферою побутування та резонансністю, безумовно, є на часі.

Цифрова дипломатія новітнього часу спирається на комунікативні потоки, які рухаються в соціальних мережах. Саме тут реалізуються основні практики, які надають змогу розв'язувати дипломатичні завдання впливу, інформаційного обміну, ведення діалогу, утворення іміджу та репутації країни на зовнішньополітичній арені тощо.

Тривалий час дипломатія мала закритий характер, вона не виходила на широкий загальний рівень, а взаємодія відбувалася між акторами одного інституціонального рівня. Наразі комунікаційна складова дипломатичної діяльності значно розширилась завдяки інтеграції в дипломатичний дискурс технологій для ведення публічного діалогу. Тож ті зміни, які відбулися в мові дипломатії, у стратегіях передачі знань, оцінок, настанов, потребують детального вивчення.

Проблематику цифрової дипломатії як новітнього інституціонального явища розробляли такі вчені, як: Т. Зонова, Е. Кузьмін, І. Макарова, О. Пономаренко, Н. Цвєткова. Серед дослідників проблеми цифрової дипломатії в соціально-комунікаційному ракурсі варто назвати В. Бебика, В. Гондюла, Л. Губерського, О. Зернецьку. Питання твіттер-дипломатії аналізували Д. Гайдай, Ю. Кононенко, Л. Літра, О. Пономаренко, К. Ріттер та ін. Окремі лінгвістичні особливості дискурсу цифрової дипломатії вивчали Л. Вікулова та М. Новіков. Однак системного розгляду трансформацій лінгвокогнітивних параметрів дипломатичних текстів наразі здійснено не було.

II. Постановка завдання та методи

Мета статті – визначити лінгвокогнітивні особливості дискурсу новітньої цифрової дипломатії.

Об'єктом дослідження є дискурс цифрової дипломатії.

Предметом дослідження є лінгвокогнітивні особливості твіпломатії як найбільшого сегмента цифрової дипломатії.

У ході дослідження використано метод контент-моніторингу соціальних мереж, а саме: акаунтів акторів публічної дипломатії, зокрема Президента США Дональда Трампа.

III. Результати

Дискурс цифрової дипломатії розглядають здебільшого в контексті новітніх комунікаційних можливостей та значного впливового потенціалу. Як слушно зауважує Л. Вікулова, «дипломатичний дискурс сьогодні стає більш відкритим, схожим за специфікою реалізації з медійним дискурсом. Розширення потенційної аудиторії, стратегічна спрямованість дипломатичного дискурсу на активне впровадження інформаційних технологій призвели до виникнення нового комунікативного явища – цифрової дипломатії» [1].

Дослідник цифрової дипломатії О. Пономаренко пропонує запровадити до наукового обігу новий термін «твіпломат» на позначення суб'єкта, що реалізує дипломатичні відносини на новітніх комунікаційних платформах і майданчиках. Він також виокремлює нові лінгвокогнітивні можливості твіпломатів, серед яких варто зазначити такі вміння:

– оптимізувати використовувані ними суто мовні засоби з метою висловлення бажаного концепту в обмеженому лінгвальному просторі;

– відбирати влучні лексичні одиниці для передачі неспотвореного повідомлення, котре не перевищує 140 знаків;

– синтезувати висловлюване та прочитане так, щоб від цього не втрачалося та не переривалося спілкування, а також не страждала комунікабельність усіх учасників процесу [5].

В інституціональному дискурсі цифрової дипломатії поєднуються традиційна настановчість і мовленнєва функціональність, дискурсивні практики мережевої комунікації, наслідки медіатизації дипломатичного дискурсу в найширшому розумінні.

Систематизуючи напрями вивчення сукупного професійного дискурсу, до якого, безумовно, належить і дискурс цифрової дипломатії, М. Новіков вказує на такі сфери: «визначення соціокультурних засад дослідження діяльності у рамках дискурсу; особливості професійної комунікації у предметній сфері; виявлення мовленнєвих жанрів як засобів формалізації соціальної взаємодії у прагматичі сучасного дискурсу; опис ключових стратегій комунікаційної поведінки у професійно значущих ситуаціях спілкування» [4].

Основними суб'єктами цифрової дипломатії виступають державні відомства, до яких належать Адміністрація Президента та різнопрофільні міністерства, серед них: Міністерство закордонних справ, уряд, окремі політичні фігури. Продуцентами повідомлень діджитал-дипломатії також є різні актори – неурядові і мережеві організації, які орієнтуються на обмежену частину зарубіжної аудиторії й ведуть певним чином локалізовану комунікаційну діяльність, пов'язану з виходом на міжнародну арену. У своїх цілях використовують цифрові технології також такі негативні актори, як терористичні угруповання, екстремістські рухи тощо.

Що стосується дискурсу цифрової дипломатії в США, тут варто зважати на такі майданчики, як інтернет-сторінки членів адміністрації США в різних соціальних мережах, офіційний сайт Державного департаменту США, інтернет-сторінки програм публічної дипломатії.

Найбільш поширеними мережами для створення інституціональних блогів є Фейсбук та Твітер. Дослідники цифрової дипломатії пояснюють цю обставину такими причинами: зовнішньополітичні відомства отримують технічну та консультативну підтримку від цих компаній, які також сприяють відповідній професійній перепідготовці службовців. Крім того, зазначені соціальні мережі є надзвичайно популярними в усьому світі, вони «обладнані» засобами мультимедійної комунікації та персоналізованими засобами зворотного зв'язку.

Активне застосування цих мереж призвело до виникнення таких форм цифрової дипломатії, як фейсбукдипломатія та твіплomatія. Тут можемо спостерігати явище, яке відомий канадський футуролог М. Маклюєн свого часу влучно схарактеризував афоризмом: засіб і є повідомленням. Це означає, що технічні особливості мереж, усталені підходи до формування контенту в твітерта фейсбук-акаунтах спричиняють трансформації самого дипломатичного дискурсу, який адаптується до властивостей каналу передачі повідомлень.

Лінгвокогнітивний підхід до вивчення дискурсу цифрової дипломатії значною мірою корелює з ширшим напрямом політичної лінгвістики, яка досліджує різноплановий політичний наратив, до якого, зокрема, належать і дипломатичні форми комунікації. Для них характерні властивості корпоративності, поліадресності, узуальності. Дипломатичний дискурс застосовують для обґрунтування та репрезентації важливих геополітичних рішень, іміджетворення, налагодження міжкультурної взаємодії.

Інституціональний дискурс, до якого, зокрема, належить і дискурс дипломатії, зазвичай має високий рівень конвенціональності, стереотипізованості та ритуалізованості, яка спрямована на те, щоб передбачати певні загальноприйняті мовленнєві ситуації та уникати мовленнєвої агресії. Натомість відкритий дискурс цифрової дипломатії не регламентований такими конвенціями й передбачає нестандартні моделі комунікації. Мова такого дискурсу є живою, а не штучно «меліорованою». Для лінгвокогнітивного простору цифрової дипломатичної комунікації характерними є персоналізація, активізація приватних тем і ракурсів, залучення моделей самоідентифікації та інтраперсональних мовленнєвих засобів.

Аналізуючи комунікативні особливості цифрової дипломатії, Н. Журавлева пропонує користуватися типологією мовленнєвих стратегій Н. Максимової. Дослідниця виокремлює такі антитетичні пари «КС-застосування – КС-заперечення», «КС-тлумачення – КС-оформлення», «КС-розвиток – КС-оцінювання» [3]. Як бачимо, кожна друга стратегія передбачає застосування вторинного дискурсу, який заперечується, оформлюється або оцінюється в основному тексті. Натомість кожна перша стратегія потребує автентичного авторського дискурсу, який застосовується, тлумачиться чи розвивається в повідомленні.

Лінгвокогнітивні особливості дискурсу цифрової дипломатії, з одного боку, визначаються сформованими корпоративними фреймами та шаблонами, а з іншого – закономірностями мережевого мовлення. Тут застосовують майже всі перелічені стратегії, однак найчастотнішими є стратегії тлумачення, оцінювання та розвитку.

Окрім інституціональних блогів у сфері цифрової дипломатії активно розвиваються персоналізовані акаунти, адже будь-які актори дипломатичної комунікації прагнуть до утворення свого інформаційного потоку.

Зупинимось детальніше на твіттер-дискурсі Президента США Д. Трампа, який щонайактивніше в світі застосовує засоби мережевої комунікації в дипломатичних цілях.

Персональний блог Д. Трампа репрезентує те, що комунікативні технологи називають маркетингом особистості. Завдяки широкій комунікації (наразі на його сторінку в Твіттері підписано 61,9 млн користувачів) президент виконує типові для дипломатії функції: уособлює власну країну, через позитивну оцінку своєї персони сприяє позитивному оцінюванню держави загалом, декларує актуальні геополітичні наміри.

Д. Трамп також активно застосовує лексику компліментарного дискурсу («Congratulations to the U.S. Women's Soccer Team on winning the World Cup! Great and exciting play. America is proud of you all!», «Great Coach, Great Guy!»), стратегії співпереживання та гумору. Однак пости, зорієнтовані на зовнішні аудиторії, містять текстові елементи з доволі жорсткою експресією. Американський президент прагне чітко визначити й донести до світової спільноти своє бачення конкретних зовнішньополітичних питань. Наприклад: «China and Europe playing big currency manipulation game and pumping money into their system in order to compete with USA. We should MATCH, or continue being the dummies who sit back and politely watch as other countries continue to play their games – as they have for many years!» («Китай і Європа чинять велику грошову маніпуляцію і закачують гроші у свою систему, щоб конкурувати із США. Ми повинні протидіяти, або продовжувати бути манекенами, які сидять склавши руки, і ввічливо дивитися, як інші країни продовжують грати в свої ігри – як вони вже багато років!»).

Персоналізованість цифрової дипломатичної комунікації просякає всі лінгвокогнітивні стратегії, притаманні класичному дипломатичному тексту. Антропоцентризм, ототожнення «я-мікраїна» широко застосовуються у стратегії самопрезентації, що є однією із домінуючих у дипломатичній практиці.

Зокрема, Д. Трамп реалізує її через формульні короткі меседжі, які набувають характеру афоризмів: «We have the greatest economy anywhere in the world. We have the greatest military anywhere in the world. Not bad!» («У нас найбільша економіка в світі. У нас найбільша армія в світі. Непогано!»). Автокомпліментарність повідомлень корелює з персоналізованістю дискурсу, застосованого Д. Трампом.

У цифровому дипломатичному дискурсі також застосовують стратегію дифамації: «Iran was violating the 150 Billion Dollar (plus 1.8 Billion Dollar in CASH) Nuclear Deal with the United States, and others who paid NOTHING, long before I became President – and they have now breached their stockpile limit. Not good!»

Як бачимо, обидві стратегії інтегрують оціночний компонент, виражений просторічними виразами («недобре», «непогано»).

Значний масив твітів Д. Трампа починається з персоналізованої конструкції, яка містить експресію щодо змісту повідомлення: «I am pleased to announce that», «I am excited to announce that», «In my opinion», «I hope» тощо.

Д. Трамп доволі часто вдається до цитат, які уформовують його позитивний імідж, оминаючи при цьому типову для соціальних мереж практику ретвітів: «Why President Trump has to deal with North Korea the way it is now. He had to figure out what to do with the Korea mess. I think this is why the President deserves a lot of credit. Harry Kazianis, Center for the National Interest. Thank you!» («Чому Президент Трамп має справу з Північною Кореєю – такою, якою вона є зараз. Він має з'ясувати, що робити з корейським безладом. Думаю, тому Президент заслуговує на велику повагу». Гаррі Казіаніс, Центр національних інтересів. Дякую!»). Американський президент повністю наводить компліментарну цитату, оцінюючи її коротким вигуком «Дякую!».

Персоналізованість значною мірою визначає весь компліментарний дипломатичний дискурс. Етикетні формули вдячності, привітань, висловлення поваги трансформуються від інституціональної до персональної адресації.

Д. Трамп також активно користується імперативними конструкціями, які є неприпустимими в закритому дипломатичному дискурсі (наприклад, «India has long had a field day putting Tariffs on American products. No longer acceptable!» («Індія вже давно робить що завгодно із встановленням тарифів на американську продукцію. Це більше неприйнятно!»).

Комунікаційна система цифрової дипломатії містить діалогічний складник, представлений, перш за все, налагодженими механізмами зворотного зв'язку через канали коментарів.

Важливим чинником ефективного функціонування соціальних мереж є система хештегів, які, зокрема, застосовують і у відкритому дипломатичному дискурсі.

Хештеги виступають знаками, які позначають місце, час, персоналії, модель ситуації, тему діалогу, певний тренд, форму самопрезентації тощо. Вони виконують референтну функцію, включаючи адресатів у більш широкий когнітивний контекст.

Функціонально хештеги виступають маркерами змісту повідомлення. Вони також у стислій формі відображають експресію автора щодо висловленого в публікації. Цілком очевидно, що для того, щоб хештеги виконували свою безпосередню роль – орієнтувати адресата в масиві

інформації, необхідно, щоб вони виступали ключовими словами повідомлень і були релевантними їхньому змісту.

Дослідниця Ю. Щурина характеризує хештеги як комунікаційне явище й вказує на їх «комунікативний потенціал, який значно перевищує первісно передбачувані можливості індексування інформації та її подання»[6].

Хештеги є засобом семантичної компресії в мережевому середовищі публічної дипломатії. Найчастіше саме вимоги жанру та комунікативного простору зумовлюють використання хештегів дипломатичними відомствами, оскільки з їх допомогою можна коротко висловити основну думку й разом з тим бути однозначно зрозумілими адресатові, що є надзвичайно важливим для відомчого дискурсу, де не можна допускати багатозначності. Водночас для хештегу характерна стратегічність і він надає змогу визначати «інтонацію» повідомлення або приховані в тексті емоції, оскільки емотикон як такий майже не застосовують у дипломатичному дискурсі.

Хештеги утворюють ком'юніті – спільноти користувачів, які цікавляться певною темою, мають спільні уподобання, ціннісні орієнтири, уявлення. Зокрема, Д. Трамп останнім часом застосовує такі актуальні хештеги, як: #SocialMediaSummit, #IndependenceDay, #SaluteToAmerica, – що маркують його повідомлення та вказують на пріоритети.

IV. Висновки

Таким чином, вплив дигіталізації на характер дипломатичного дискурсу змінює його ключові лінгвокогнітивні ознаки. Втрачається його закритість, узуальність, ритуалізованість. Натомість він набуває характеристик персоналізованості, посиленої емотивності та комунікативності. Серед базових комунікативних ознак дискурсу цифрової дипломатії варто вказати на наявність механізмів зворотного зв'язку, персоналізованість повідомлень, обмежену інституціональність, іміджетворчу настановчість. Вивчення лінгвокогнітивних особливостей дипломатичних практик, що застосовують найпоширеніші соціальні мережі світі, може стати напрямом подальших досліджень.

Список використаної літератури

1. Викулова Л. Г., Макарова И. В., Новиков Н. В. Институциональный дискурс цифровой дипломатии: новые коммуникативные практики. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnyy-diskurs-tsifrovoy-diplomatii-novye-kommunikativnye-praktiki> (дата обращения: 16.04.2019).
2. Леви Д. А. Интернет-мобилизуемая политическая активность и феномен цифровой дипломатии. *Азимут научных исследований: экономика и управление*. 2015. № 4 (13). С. 56–62.
3. Максимова Н. В. «Чужая речь» как коммуникативная стратегия: монография. Москва: Изд-во РГГУ, 2005. 396 с.
4. Новиков Н. В. Коммуникативные стратегии цифровой дипломатии: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 2017. 25 с.
5. Пономаренко О. Дипломатія, трипломатія, твіпломатія: новітній канон дипломатичного дискурсу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер. «Іноземна філологія»*. 2013. № 1 (46). С. 30–34.
6. Щурина Ю. В. Жанровое своеобразие социальной сети Instagram. *Жанры речи*. 2016. № 1. С. 156–168.

References

1. Vikulova, L. G., Makarova, I. V., Novikov, N. V. (2016). Institutional discourse of digital diplomacy: new communicative practices. *Bulletin of Volgograd State University. Series 2: Linguistics*. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnyy-diskurs-tsifrovoy-diplomatii-novye-kommunikativnye-praktiki> (in Russian).
2. Levy, D. A. (2015). Internet-mobilized political activity and the phenomenon of digital diplomacy. *Azimuth of Scientific Research: Economics and Management*, 4 (13), 56–62 (in Russian).
3. Maksimova, N. V. (2005). "Alien Speech" as a communicative strategy: monograph. Moscow: Publishing House of the Russian State Humanitarian University, 396 p. (in Russian).
4. Novikov, N. V. (2017). Communicative strategies of digital diplomacy: abstract of the dissertation: 02.10.19. Moscow, 25 p. (in Russian).
5. Ponomarenko, O. (2013). Diplomacy, triplet, tv_plomaty: a new canon of diplomatic discourse. *Newsletter of the Kyiv National University of the Name of Taras Shevchenko. Ser. "Foreign Philology"*, 1 (46), 30–34 (in Russian).
6. Schurina, Yu. V. (2016). Genre identity of the social network Instagram. *Speech genres*, 1, 156–168 (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 06.05.2019.

Рождественская И. Е., Варех Н. В. Лингвокогнитивные особенности дискурса цифровой дипломатии

В статье проанализированы лингвокогнитивные особенности дискурса цифровой дипломатии. Отмечено влияние дигитальных технологий на характер дискурсивных практик дипломатов. Сделан вывод об их персонализированности и открытости.

Ключевые слова: цифровая дипломатия, твипломатия, лингвокогнитивные стратегии, дискурс, сетевая коммуникация.

Varekh N., Rozhdestvenskaya I. Linguistic and Cognitive Peculiarities of Digital Diplomacy Discourse

Methodology. *The author applied the method of content- monitoring of social nets: accounts of public diplomacy actors, in particular USA president Donald Trump`s.*

Results. *For a long time, diplomacy was of closed nature, it was not widely publicized, and the interaction was among the actors of the same institutional level. Nowadays, a communicative component of diplomatic activity has greatly widened thanks to the integration of technologies for carrying on public dialogue into diplomatic discourse. The impact of digitalization on the character of diplomatic discourse changes its key linguistic and cognitive features. It loses its closeness, commonness, rituality. Instead, it gains personalization, stronger emotive and communicative features. Among the basic features of digital diplomacy discourse, the following should be mentioned: mechanisms of feedback, personalization of messages, limited institutionalization, image-making importance. The communicative system of digital diplomacy has a dialogic component represented mainly by adjusted mechanisms of feedback through the channels of comments. Etiquette forms of appreciation, greeting, and expressing respect are transformed from institutional to personal addressing.*

The important feature of social nets effecting functioning is a system of hashtags that, in particular, are also used in open diplomatic discourse. They are the means of semantic compression in on-line environment of public diplomacy.

Novelty. *The author investigates the changes happened in the language of diplomacy, the strategies of knowledge transmission, estimation and guidance on perception.*

Key words: *digital diplomacy, twiplomacy, linguistic and cognitive strategies, discourse, network communication.*