

РИТУАЛЬНІ МОВЛЕННЄВІ ЖАНРИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (НА МАТЕРІАЛІ ПОВІДОМЛЕНЬ В УКРАЇНСЬКОМУ ТА АМЕРИКАНСЬКОМУ TWITTER)

Швелідзе Л. Д.

старший викладач кафедри англійської філології та перекладу

Одеський національний політехнічний університет

пр. Шевченка, 1, Одеса, Україна

orcid.org/0000-0003-2291-5255

9087000@gmail.com

Ключові слова: *мережевий дискурс, ритуальна комунікація, твітинг, твіт, привітання, подяка, некролог.*

Статтю присвячено дослідженню ритуальних мовленнєвих жанрів в українському й американському мережєвих дискурсах. Визначено поняття мовленнєвого жанру та схарактеризовано твіт як специфічний жанр мережєвого дискурсу. У центрі уваги дослідження – реалізація традиційних ритуальних жанрів у межах нового жанру віртуального спілкування в соціальній мережі Twitter, що передбачає презентацію та обмін інформацією у формі короткого повідомлення – твіту. Зіставлено твіти в українському та американському мережєвому дискурсі, що дало змогу не лише визначити загальні жанрові особливості текстів, а й простежити відмінності представлення ритуальних жанрів у соціальних мережах різномовних дискурсів. Мета статті полягає у виявленні мовної специфіки реалізації ритуальних жанрів у соціальній мережі Twitter, що зумовило розв’язання наступних завдань: визначити поняття мовленнєвого жанру; схарактеризувати жанр «твіт» і простежити специфіку його функціонування в українському та американському Twitter; виявити основні ритуальні мовленнєві жанри, представлені в мережєвій комунікації; з’ясувати специфіку ритуальних жанрів у соціальній мережі Twitter та розробити їхню типологію. Об’єктом дослідження слугував мережєвий дискурс, представлений в українському та американському Twitter, а предметом дослідження – твіти, що є репрезентантами ритуальних жанри мовленнєвих жанрів. Розроблено типологію ритуальних жанрів мережєвої комунікації, зокрема проаналізовано жанри привітання, подяки, побажання і некрологу, що одночасно виконують інформаційну та етикетну функції спілкування. Описано спільні та відмінні риси комунікативної поведінки авторів твітів в українському та американському мережєвому просторі. Матеріалом дослідження слугували дописи відомих українських та американських політиків, письменників, журналістів і блогерів.

RITUAL SPEECH GENRES ON SOCIAL NETWORKS (ON THE MATERIAL OF MESSAGES ON UKRAINIAN AND AMERICAN TWITTER)

Shvelidze L. D.

*Assistant Professor at the Department of English Philology and Translation
Odesa National Polytechnic University
Shevchenko ave., 1, Odesa, Ukraine
orcid.org/0000-0003-2291-5255
9087000@gmail.com*

Key words: *network discourse, ritual communication, tweeting, tweet, greetings, gratitude, necrology.*

The article deals with the study of ritual speech genres in Ukrainian and American network discourses. The concept of speech genre is defined and tweet is characterized as a specific genre of network discourse. The research focuses on the implementation of traditional ritual genres within the framework of new genre of virtual communication on the social network Twitter. It involves the presentation and information exchange in the form of a short message – a tweet. Tweets in Ukrainian and American network discourse were compared, and it allowed not only to determine the general genre features of texts, but also to trace the differences in the representation of ritual genres on social networks of multilingual discourses. The purpose of the article is to identify the linguistic specifics of the implementation of ritual genres on the social network Twitter, which led to the solution of the following tasks: to define the concept of the speech genre; characterize the genre “tweet” and trace the specifics of its functioning in the Ukrainian and American Twitter; identify the main rituals speech genres represented in network communication; to find out the specifics of ritual genres on the social network Twitter and develop their typology. The object of the research was the network discourse presented on the Ukrainian and American Twitter, and the subject of the research was a tweet, which is a representant of ritual speech genres. A typology of ritual genres of network communication was developed, in particular, the genres of greetings, gritudes, wishes and necrologies, which perform both informational and etiquette functions of communication, were analyzed. Common and distinctive features of communicative behavior of tweet authors in the Ukrainian and American network space were described. The research was based on the articles of well-known Ukrainian and American politicians, writers, journalists and bloggers.

Постановка проблеми в загальному вигляді.

Дослідження соціальних мереж як особливого вияву віртуального дискурсу набуває актуальності в лінгвопрагматичному аспекті з урахуванням специфіки інтерактивної взаємодії учасників мережевого спілкування. Одним з найважливіших параметрів лінгвопрагматичного аналізу є виявлення та характеристика жанрової своєрідності мережевих текстів, зокрема з'ясування жанрових ознак нових форм мережевої комунікації. У центрі уваги нашого дослідження – реалізація традиційних ритуальних жанрів у межах нового жанру віртуального спілкування в соціальній мережі Twitter, що передбачає презентацію та обмін інформацією у формі короткого повідомлення – твіту. Твіт як мовленнєвий жанр виконує

різноманітні функції, серед яких однією з важливих вважаємо реалізацію етикетного спілкування, що передбачає поєднання новітнього жанру твіту з традиційними ритуальними жанрами привітання, побажання, співчуття тощо. Дописувачі здійснюють ритуальну комунікацію у новій жанровій формі зі збереженням традиційних рис і відповідних вербальних формул, проте цей синтез уможливорює виявлення специфіки ритуальних жанрів у мережевому спілкуванні. Зокрема, специфіку ритуальних жанрів у мережевій комунікації вияскравлено під час зіставного аналізу повідомлень-твітів в українському та американському мережевому дискурсі, що дає змогу не лише визначити загальні жанрові особливості текстів, а й простежити відмінності представлення

ритуальних жанрів у соціальних мережах різномовних дискурсів.

Ступінь дослідження проблеми в лінгвістиці. Поняття мовленнєвого жанру описано в працях М. Бахтіна, який уналежнював до мовленнєвих жанрів типові «відносно стійкі тематичні, композиційні й стилістичні типи висловлювань», якими мовці користуються в типових ситуаціях спілкування в готовому вигляді, а також розробив першу типологію мовленнєвих жанрів [1, с. 197–205]. Поняття мовленнєвого жанру як стійкої типової форми спілкування, що не створюється, а відтворюється мовцями у процесі мовленнєвої взаємодії, набуло поширення в лінгвістиці початку XXI століття як особлива «лінгвофілософська категорія», що скерована на з'ясування та пояснення сутності «дискурсивної поведінки та мислення мовної особистості» [10, с. 237]. Зарубіжна дискурсологія ґрунтується на витлумаченні мовленнєвого жанру, представленого в працях Дж. Свейлса, який наголошує на потребі аналізу цілісного класу комунікативних подій у межах мовленнєвого жанру [12, с. 58]. У подальшому вивчення мовленнєвих жанрів було пов'язано з лінгвопрагматикою (М. Алефиренко, Ф. Бацевич, А. Вежбицька, В. Демент'єв, К. Долінін, Ю. Краснопорова, К. Седов, Т. Шмельова та інші), що зумовило розроблення типології мовленнєвих жанрів та аналізу їхньої специфіки в різних дискурсах. В українському мовознавстві проблеми жанрології було порушено в наукових розвідках Ф. Бацевича, який визначає мовленнєвий жанр як багатоаспектне поняття, що охоплює актуалізацію комунікативно-дискурсивної, власне текстової, лінгвопрагматичної і стилістичної сутності цього поняття [2, с. 51]. Загалом мовленнєвий жанр використовується на позначення типового за композиційними, стилістичними і лінгвопрагматичними ознаками тексту, що використовується носіями мови у відповідних ситуаціях спілкування.

Дослідження жанрової своєрідності віртуального дискурсу здебільшого здійснено на матеріалі англійської (D. Crystal, Golbeck, J. Grimes, A. Rogers, Т. Полякова та інші), російської (О. Горошко, О. Жигаліна, Л. Щипіцина та інші), української (Л. Компанцева, С. Фіялка та інші) мов, зокрема проаналізовано твіт як особливий жанр мережевого спілкування (А. Атягіна, О. Гончарова, О. Горошко, Н. Кобрин та інші). В українській лінгвістиці проблеми жанрової своєрідності мережевого дискурсу висвітлено в наукових розвідках О. Дзюбіної (комунікативні аспекти різних соціальних мереж) [4], С. Нерян (аргументативний дискурс соціальних мереж) [8], Т. Полякової (твітинг в англійському політичному дискурсі) [9] тощо. Твіт як окремий мовленнєвий жанр віртуальної комунікації представлено в межах

вивчення системи жанрів соціальних мереж у наукових працях О. Горошко, О. Жигаліної, Н. Кобрин, Т. Полякової та інших.

Окремо ритуальні жанри ставали предметом дослідження в дисертації Л. Стрій [11], однак було проаналізовано винятково ритуальні жанри політичного дискурсу. Утім, мережевий дискурс, зокрема соціальна мережа Twitter, має певну специфіку реалізації ритуальних жанрів, що потребує ґрунтовного вивчення.

Мета статті полягає у виявленні мовної специфіки реалізації ритуальних жанрів у соціальній мережі Twitter, що потребувало розв'язання таких **завдань**: визначити поняття мовленнєвого жанру; схарактеризувати жанр «твіт» і простежити специфіку його функціонування в українському та американському Twitter; виявити основні ритуальні мовленнєві жанри, представлені в мережевій комунікації; з'ясувати специфіку ритуальних жанрів у соціальній мережі Twitter та розробити їхню типологію.

Об'єктом дослідження слугував мережевий дискурс, представлений в українському та американському Twitter, а **предметом** дослідження – твіти, що є репрезентантами ритуальних жанри мовленнєвих жанрів.

Методи дослідження охоплюють метод дискурсивного аналізу, що уможливив з'ясування особливостей мовленнєвої поведінки учасників мережевого спілкування; зіставний метод, що був скерований на виявлення специфіки твітів в українському та американському мережевих дискурсах; лінгвопрагматичний аналіз, що передбачав з'ясування інтенції комунікантів та особливостей реалізації в інтеракціях відповідних мовленнєвих жанрів; лінгвостилістичний аналіз прислужився у виокремленні мовних засобів реалізації комунікативних намірів учасників спілкування.

Джерельною базою слугували твіти відомих українських та американських публічних осіб – політиків, письменників, журналістів, блогерів, комунікативна інтенція яких ґрунтується на реалізації етикетної функції комунікації. Загалом проаналізовано понад 500 повідомлень в українському та американському Twitter, що є репрезентантами ритуальних мовленнєвих жанрів.

Викладення основного матеріалу дослідження. Соціальна мережа Твітер (Twitter), назва якої походить від англійського дієслова *tweet* – «гомоніти», «щебетати», є з 2006 року поширеною у світі системою віртуальної комунікації. Специфікою Twitter є обмеження обсягу повідомлень, якими обмінюються користувачі, 140 графічними символами, що сприяє лаконічності та змістовій насиченості спілкування. Повідомлення у Twitter потрактовують як мікроблоги [3, с. 54], оскільки дописувачі не лише спілкуються, а й коментують,

аргументують, висловлюють певні емоції тощо. Загалом спілкування у соціальній мережі Twitter отримало назву твітингу. Н. Кобрин, аналізуючи твітинг, наголошує на необхідності брати до уваги такі критерії, як актуальність комунікативної ситуації, орієнтація на масового адресата, принцип соціокомунікативного впливу, високий рівень інтерактивності комунікантів та вільний характер викладу медіатекстів [5, с. 110]. На нашу думку, заслуговує на увагу й жанрова специфіка повідомлень у Twitter, що в межах одного короткого тексту виконують різні функції, серед яких домінують інформаційна та комунікативна. Утім, актуалізація етикетної функції комунікації у Twitter зумовлює появу текстів синкретичного типу, що мають на меті виконання відповідних ритуальних дій – привітання, подяки, співчуття тощо. Зважаючи на це, виокремлюємо групу ритуальних жанрів твітингу, що виконують етикетну функцію як основну.

У сучасній комунікації ритуал має поліфункційний характер та насамперед виконує функцію «забезпечення сталості міжсуб'єктної інтерактивності в суспільстві» [7, с. 276], тобто участь в етикетних діях ритуального характеру сприяє підвищенню комунікативного статусу мовця. Ритуал як одна з найдавніших комунікативних форм зумовлює комунікативну поведінку носіїв мови в тих ситуаціях, коли етикетний складник виходить на перший план. Зокрема, це стосується урочистих подій, свят, річниць тощо, тобто знакових подій у житті соціуму та окремих осіб. У мережевому дискурсі такі події стають інформаційним приводом для висловлення власного ставлення до адресата й вербальної самопрезентації: мовець постає як вихована, уважна особа, якій небайдужі знакові події та ситуації у світі, країні чи житті окремих людей.

Розглянемо основні ритуальні жанри, представлені у Twitter.

1. Мовленнєвий жанр **привітання** є найпоширенішим у мережевій комунікації, в нашому матеріалі серед ритуальних дописів кількість текстів-привітань становить 54%. О. Кривоносов вважає, що інформаційним підґрунтям для привітання є «урочиста подія в житті соціально значущої особи, персони або фірми» [6, с. 193]. Лаконічність твіту як жанру мікроблогінгу передбачає актуалізацію саме вітального компонента, напр.: *В Одесі завжди тепло й красиво, це місто розумних і талановитих людей, куди завжди повертаєшся, як додому. 3 днем народження, наша перлино біля моря!* (В. Зеленський, 2.09.2020). Адресатом привітань виступають як групи осіб, так і окремі індивіди, що марковано в адресації або звертанні. Утім, у мережевому дискурсі адресатами можуть бути не лише люди або

спільноти, а й неістоти, наприклад, міста, країни тощо. Вітальний твіт обов'язково містить назву або характеристику події і, власне, привітання з використанням відповідних лексем (*vitami, to congratulate*), здебільшого перформативного характеру, напр.: *Congratulations Prime Minister Yoshihide Suga. You have a great life story! I know you will do a tremendous job for Japan and for the world. Look forward to talking soon!* (D. Trump, 17.09.2020). Адресат привітання репрезентований у твітах як у формі звертання, так і у формі непрямой адресації, насамперед через хештеги, що є визначальною рисою Twitter.

Зазначимо, що твітинг як вияв публічної комунікації передбачає не стільки звернення до безпосереднього адресата привітання, скільки самопрезентацію мовців. У такий спосіб дописувач демонструє власну етикетну поведінку як нормативну, реагуючи на значущі урочисті події соціального характеру, напр.: *У День військово-морських сил маємо пам'ятати, що Україна це морська держава. Ми повинні захистити наше Чорне море та здатними захищати наші інтереси разом із союзниками там, де це потрібно. А всіх військових моряків – зі святом). Вони на нього заслужили* (П. Клімкін, 5.07.2020). Як бачимо, для мовців-політиків привітання є способом висловити власну причетність до урочистостей. Мовленнєвий етикет передбачає ритуальні формули для привітання, тому в твітах фіксуємо й мовленнєві акти оптативного характеру, хоч окремо жанр побажання і не виділяємо. Оптатив переважно поєднаний з привітанням, але є факультативним елементом, напр.: *It is with great respect that I convey my most cordial greetings to the Honourable Prime Minister @NarendraModi on his Jubilee! Gladly express to His Excellency best wishes of strong health, good humour, happiness in life and every success in his state and political activities!* (В. Зеленський, 17.09.2020). Актуалізація оптавної частини в привітанні представлена в індивідуально адресованих твітах: мовець указує на урочисту подію в житті адресата і висловлює побажання. Отже, привітання як жанр твітингу насамперед виконує етикетну функцію, поєднуючи її з презентаційною. В українському та американському Twitter вітальні твіти виконують однакові функції та підпорядковані одній комунікативній меті.

2. У твітингу **подяка** є менш частотним мовленнєвим жанром (32%) порівняно з привітанням, комунікативна мета автора подяки зумовлена наявністю конкретного вчинку адресата або події, якій автор дає позитивну оцінку, напр.: *Thank you to the heroes everywhere working to keep us safe. I hope their stories inspire you just as much as they have me* (B. Gates). Саме позитивна оцінка

певних дій адресата зумовлює перформативність мовленнєвого акту подяки: мовець виражає вдячність адресата в певній ситуації з використанням етикетної формули. У подяках фіксуємо лексеми *дякувати, спасибі, thanks, thank you*, що є обов'язковими конститuentами дописів. Переважно висловлення мають перформативний характер, напр.: *Другий візит @AndrzejDuda до України у жовтні 2020 року – черговий доказ дружніх і теплих відносин. Дякую за підтримку нашого суверенітету й територіальної цілісності. Україна готова долучитися до запропонованого вами Плану міжнародної співпраці після #COVID19* (А. Дешица, 17.09.2020). Перформатив вживають у формі 1-ї особи однини або множини теперішнього часу, що актуалізує його дієвий характер. Адресат подяки завжди масовий, а суб'єкт подяки позначений за допомогою хештегів для привернення його уваги.

В американському твітінгу подяки представлені більшою мірою, ніж в українському, причому вербальний компонент, що виражає основну інтенцію мовця, переважно посідає ініціальну позицію в дописі, напр.: *Thank you, @WomensVote100, for highlighting the creative and talented artwork from young artists across the country in honor of the 100th Anniversary of the ratification of the #19thAmendment!* (М. Trump, 2.09.2020). Публічний характер твітів зумовлює необхідність пояснення подяки для масового адресата: мовець не лише дякує адресатові, а й характеризує досягнення, що отримало позитивну оцінку. Причину подяки завжди описують у твіті, напр.: *Wow, what an incredible turnout! Thanks so much to everyone who joined us for this far-reaching, and fun, conversation. If you missed it live, you can watch at the link below* (Н. Clinton, 10.09.2020), а вираження експресії та емоційності часто поєднано з іншими намірами. У цьому разі йдеться про персуазивну функцію мови, оскільки наявне спонукання адресата до подальших дій. Зважаючи на це, подяка має масову адресованість, містить етикетні формули вираження вдячності та позивну оцінку. В американському твітінгу жанр подяки представлений ширше, ніж в українському.

3. Мовленнєвий жанр **співчуття** скерований на висвітлення сумних подій соціально значущого типу, тому представлений меншою мірою (14%). Співчуття є актуальним за умови річниць значущих подій в історії країни чи людини, що вплинули на хід історії, тому їх потрібно пам'ятати і згадувати, напр.: *Today we remember the 3,000 lives lost on 9/11 and the heroism of the first responders who risked their lives for others. We must not only recognize that loss but end the endless wars that we have waged since that attack which have caused immeasurable harm for nearly two decades*

(В. Sanders, 11.09.2020). На відміну від інших ритуальних жанрів, жанр співчуття не передбачає закріплених вербальних формул, а є вільним щодо вираження комунікативної настанови мовця. Натомість обов'язковим змістовим компонентом є характеристика події та емоційність допису.

Основним виявом мовленнєвого жанру співчуття є некролог, що містить повідомлення про смерть соціально значущої персони і висловлення співчуття у зв'язку з цією подією рідним і близьким, напр.: *Сумуємо. Не стало нашого побратима, голови Миколаївської обласної організації ВО «Свобода» Деміда Губського. Нехай спочиває з Богом! Співчуття родині і близьким* (О. Тягнибок, 12.09.2020). Цей жанр є емоційно насиченим: мовець ділиться власними сумними емоціями і вказує на вагомість втрати померлої людини насамперед для суспільства, напр.: *Борис Патон був і залишиться одним із українських діячів, одним з тих титанів, за якими Україну впізнає і впізнаватиме світ. Вічна пам'ять Вам, Борисе Євгеновичу* (А. Яценюк, 19.08.2020). Вербальними етикетними формулами в цьому разі є *співчуття, співчувати, вічна пам'ять, RIP* тощо. Якщо порівнювати український та американський твітінги, то в українському переважає висловлення співчуття і суму, тобто емоційний складник, а в американському – утвердження ролі померлої людини для суспільства та історії, тобто прагматичний складник, напр.: *Justice Ginsburg was a trailblazer who devoted her entire career to fighting for equal justice for women, because she knew it would improve life for everyone. America is a better place because of her service. I am inspired by her life and legacy* (В. Gates, 19.09.2020). Наміром мовця є актуалізація ролі померлої людини для США, а не лише для знайомих, рідних і близьких. Крім того, йдеться не стільки про втрату, скільки про прижиттєві досягнення. Зважаючи на це, на перший план виходить не емоційність, а прагматичність співчуття.

Висновки і перспективи дослідження. Основною особливістю ритуальних жанрів у Twitter є синкретичність: поєднання інформативності з етикетністю. Основними ритуальними жанрами твітінгу є привітання, запрошення та співчуття, що передбачають особливі вербальні формули вираження комунікативного наміру мовців. Найпоширенішим є жанр привітання (54%), меншою мірою представлені подяка (32%) і співчуття (14%). Основні відмінності реалізації жанрів в українському та американському Twitter стосуються жанру співчуття та використання етикетних формул. Перспективи дослідження полягають у створенні комплексної типології мовленнєвих жанрів твітінгу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Собрание сочинений. Москва : Русские словари, 1996. Т. 5. С. 159–206.
2. Бациевич Ф.С. Лінгвістична генеологія: проблеми і перспективи: монографія. Львів : ПАІС, 2005. 264 с.
3. Горошко Е.И., Полякова Т.Л. Лингвистические особенности англоязычного твиттера. *Учені записки Таврійського національного університету імені Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації*. 2011. Том 24 (63). № 2–1. С. 53–58.
4. Дзюбіна О.І. Комунікативний аспект соціальних мереж Facebook і Twitter. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2016. № 2 (12). С. 218–222.
5. Кобрин Н. В. Твиттинг – новый социокоммуникативный жанр Интернет-коммуникации. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2016. № 9 (63). В 3-х ч. Ч. 3. С. 109–111.
6. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. Санкт-Петербург : Петербургское востоковедение, 2002. 288 с.
7. Морина Л.П. Семиотика ритуализированных поведенческих форм культуры: дисс. на соискание учен. степени д. филос. н. Санкт-Петербург, 2008. 313 с.
8. Нерян С.О. Полілогізм комунікації в соцмережах: форми і жанри. *Діалог: Медіа-студії*. 2018. № 24. С. 129–141.
9. Полякова Т.Л. Лінгвостилістичні характеристики жанру твітінг в англійській політичній інтернет-комунікації : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня к. філол. н. Харків, 2014. 20 с.
10. Седов К.Ф. Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции. Москва : Лабиринт, 2004. 320 с.
11. Стрій Л. І. Ритуальні жанри українського політичного дискурсу: структурно-семантичний і лінгвопрагматичний аспекти: дис. на здобуття наук. ступеня к. філол. н. Одеса, 2015. 190 с.
12. Swales J. M. Genre analysis. English in academic and research settings. Cambridge, UK : Cambridge Univ. Press, 1999, 1998.
2. Batsevych, F.S. (2005). Linguistic genealogy: problems and prospects [Linhivistychna henolohiia: problemy i perspektyvy]: monohrafiia. Lviv : PAIS. (In Ukrainian).
3. Horoshko, E.Y., Poliakova, T.L. (2011). Linguistic features of English-language twitter. [Lingvisticheskie osobennosti angloyazychnogo tvit-tera]. *Ucheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni Vernadskoho: Seriiia Filolohiia. Sotsialni komunikatsii*. 24 (63), 53–58. (In Russian).
4. Dziubina, O.I. (2016). Communicative aspect of social networks Facebook and Twitter. [Komunikatyvnyi aspekt sotsialnykh merezh Facebook i Twitter]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu imeni Alfreda Nobelia: seriiia "Filolohichni nauky"*, 2 (12), 218–222. (In Ukrainian).
5. Kobrin, N.V. (2016). Twitter is a new socio-communicative genre of Internet communication. [Tvitting – novy’j sociokommunikativny’j zhanr Internet-kommunikacii]. *Filologicheskie nauki. Voprosy’ teorii i praktiki*, 9 (63), 109–111. (In Russian).
6. Krivonosov, A.D. (2002). *PR-text in the public communication system*. [PR-tekst v sisteme publichny’x komunikacij]. SPb.: Peterburgskoe vostokovedenie. (In Russian).
7. Morina, L.P. (2008). *Semiotics of ritualized behavioral forms of culture*. [Semiotika ritualizirovany’x povedencheskix form kul’tury’]. PhD thesis.
8. Nerian, S.O. (2018). *Polylogism of communication on social networks: forms and genres*. [Polihizm komunikatsii v sotsmerezkhakh: formy i zhanry]. *Dialoh: Media-studii*, 24, 129–141. (In Ukrainian).
9. Poliakova, T.L. (2014). Linguistic and stylistic characteristics of the twittering genre in English-language political Internet communication. *Extended abstract of Candidate’s thesis. (Philol.Sciences)*. Odesa. (In Ukrainian).
10. Sedov, K.F. (2004). *Discourse and personality: The evolution of communicative competence*. [Diskurs i lichnost’: E’volyuciya kommunikativnoy kompetencii]. Moscow : Labirint. (In Russian).
11. Strii, L.I. (2015). Ritual genres of Ukrainian political discourse: structural-semantic and linguopragmatic aspects. *Extended abstract of Candidate’s thesis*. Odesa. (In Ukrainian).
12. Swales, J.M.(1999). *Genre analysis. English in academic and research settings*. Cambridge : Cambridge Univ. Press.

REFERENCES

1. Baxtin, M.M. (1996). Collected Works. [Sobranie sochinenij]. Moskva: Russkie slovari. Vol. 5, P. 159–206. (In Russian).