

УДК 811.161.1'39

Тамара Анатольевна Пивоварчик¹, Инна Ивановна Минчук²¹канд. филол. наук, доц., доц. каф. журналистики,²канд. филол. наук, доц., зав. каф. журналистики

Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

Tamara Pivavarchyk¹, Inna Minchuk²¹Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Journalism,²Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Department of Journalism

of the Yanka Kupala State University of Grodno

e-mail: ¹t.pivavarchyk@grsu.by; ²i.minchuk@grsu.by

НОВЫЕ ЯВЛЕНИЯ В РЕЧЕВОМ ЭТИКЕТЕ ИНТЕРНЕТ-ОПОСРЕДОВАННОГО ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

Статья посвящена анализу трансформации коммуникационных процессов в белорусском обществе в условиях развития глобальной информационной среды, в которой социальные институты ищут новые каналы коммуникации, выстраивают новые стратегии и модели взаимодействия со своими целевыми аудиториями. Цель статьи – обозначить актуальные тенденции в трансформации речевого этикета в белорусском институциональном дискурсе, опосредованном интернет-каналами. В речевом этикете институционального дискурса происходит перераспределение статусно-ролевого соотношения участников; расширяется перечень допустимых и одобряемых моделей речевого поведения, в т. ч. заимствованных из других дискурсов; обновляется репертуар речевых жанров и формул. Наблюдается конвергенция трех коммуникативных культур: 1) этики и этикета сетевого общения; 2) традиционной культуры институциональной коммуникации; 3) норм и ценностей маркетингового дискурса. При этом обнаруживается неоднородность сетевого институционального дискурса и зависимость его реализации от медиаканала и традиций локального сообщества.

Ключевые слова: медиалингвистика, дискурс, институциональный дискурс, интердискурсивность, речевой этикет, формулы речевого этикета.

New Speech Etiquette Phenomena in Internet-Mediated Institutional Discourse

The aim of the work is to reveal the topical tendencies in the process of speech etiquette transformation in Belarussian institutional discourse mediated via various digital media platforms. The article emphasizes the fact of status and role rearrangement of discourse interlocutors; institutional discourse has been expanding the list of acceptable speech formulas, many of which have been adopted from other types of discourse. It is stated that convergence of three communication cultures has been observed in Belarussian institutional discourse. These fields include: 1) ethics and etiquette of net communication; 2) traditional culture of institutional communication; 3) norms and values of marketing discourse. Meanwhile, there is inconsistency of virtual institutional discourse, and its representational dependence on the type of media channel and traditions established in local community.

Key words: media linguistics, discourse, institutional discourse, interdiscursivity, speech etiquette, etiquette formulas.

Введение

Небывалое развитие новых информационно-коммуникационных технологий привело к сущностной трансформации характеристик современного общества и его институтов, в т. ч. культуры институциональных коммуникаций. Для Беларуси вопрос трансформации институциональных коммуникаций актуален в контексте сохранения национальной идентичности, т. к. вхождение в глобальное пространство объективно снижает в потоке информации долю отечественного контента и нивелирует ценности национальной речевой культуры.

На рубеже XX и XXI вв. революция в институциональном дискурсе была совершена благодаря электронной почте, посредством которой и сегодня обеспечивается рассылка клиентам и сотрудникам документов, прайсов, каталогов, брошюр. В начале XXI в. институты освоили коммуникацию в социальных сетях и попали в новостные ленты пользователей. Снижение тарифов на отправку SMS-сообщений поставило этот способ коммуникации на службу массового оперативного информирования и связей с общественностью. Появление новых цифровых платформ коммуникации не отмени-

ло практику использования предыдущих: каждая из них имеет свои преимущества, а мультиплатформенность сегодня становится неотъемлемой характеристикой институционального дискурса.

Цель настоящей работы – выявить актуальные тенденции в трансформации речевого этикета в белорусском институциональном дискурсе, опосредованном различными цифровыми медиаплатформами. Материалом для исследования послужило гипертекстовое пространство интернет-ресурсов белорусских ведомств, организаций, предприятий (сайты, форумы, группы и страницы в социальных сетях, сообщества в мессенджерах и т. д.) как материальное воплощение белорусского сетевого институционального дискурса. В качестве единицы рассмотрения выступают как отдельные речезыкетные высказывания, так и формирующие их семантику и прагматику языковые единицы.

Статусно-ролевое соотношение участников сетевого институционального дискурса

Институциональный дискурс представляет собой общение в строго заданных рамках вертикальных статусно-ролевых отношений «базовой пары» [1, с. 42]. Однако в условиях цифровизации коммуникативных практик такие статусно-ролевые отношения подвергаются пересмотру. Представление о коммуникации в глобальной цифровой среде как коммуникации, в которой полностью упразднены традиционные иерархии и особые статусы и роли [2], можно признать верным лишь отчасти: на цифровых платформах создаются новые типы иерархических соотношений.

Статус и позиция участника интернет-сообщества оказываются зависимыми от оценок других пользователей, а он сам, чтобы соответствовать мнению и ожиданиям сообщества, вынужден «играть по правилам». В интернет-речи эта ценность отражается в глаголах и глагольных сочетаниях, называющих ожидаемые реактивные действия аудитории, свидетельствующие о наличии или отсутствии интереса к автору поста, одобрения или неодобрения прочитанного: *чекнуть, лайкнуть, оценить, откомментировать, поставить лойс, поставить лукас, плюсовать, проигнорить, дизлайкнуть,*

поставить дизлойс, минусовать. В интернет-пространстве важнейшей характеристикой актора институционального дискурса является его коммуникативная активность, и коммуникативным лидером может стать не тот, кто обладает более высоким профессиональным статусом, имеет больший опыт в профессиональной сфере, а тот, кто создал тему и активно поддерживает беседу.

Представителю институционального дискурса для продуктивной коммуникации в сети необходимо иметь устойчивое представление о правилах поведения в виртуальном пространстве. Нередко эти правила идут вразрез с нормами традиционной институциональной коммуникации. Так, в интернет-сообществах ценностью обладает демонстративное поведение, позволяющее пользователю выделиться из ряда других, завоевать как можно более широкое внимание, собрать большее число подписчиков. Интернет-платформы предлагают пользователям применять соответствующие коммуникативные практики. Например, на ресурсе «Лучшие врачи Беларуси» (doktora.by) всем желающим предлагается участвовать в создании народного рейтинга работников медицинской сферы, в частности, можно добавить («завести») карточку врача и оставить о нем свой отзыв, а также «согласиться» или «не согласиться» с уже представленными отзывами: *Обращались к хорошему врачу в Беларуси? Ждем Ваши отзывы! Отзыв о враче, который помог вам или вашим близким, – один из лучших способов поблагодарить врача в Беларуси! Скажите «спасибо!» вашему доктору на сайте doktora.by! Мы сделаем все, что можем, чтобы этот отзыв увидел врач, его коллеги, администрация медучреждения, где он работает, и другие вышестоящие органы* («Лучшие врачи Беларуси», 10.01.2022).

В то же время мы наблюдаем разные тенденции, обусловленные как технологическими возможностями, так и идеологией конкретного сервиса, правилами, установленными администраторами того или иного сообщества в сети. Например, на интернет-форуме более широкий доступ к информации и право управлять ею (разрешать или запрещать ее размещение, устанавливать правила в отношении форм и средств коммуникации) выступает фактором легитимации высокого статуса администратора и мо-

дератора. В форумном сообществе четко выделяются особые полномочия и регламентируется ответственность администраторов (*админов*) и модераторов (*модеров*) по сравнению с возможностями стандартных пользователей (*пользователей, юзеров*), что хорошо иллюстрируется следующим примером: *Так уж повелось на нашем форуме, что модераторы часто совмещают обязанности с обычным пользователем (один профиль). В таких случаях он должен четко давать понять, когда он пишет от лица модератора, а когда от своего лица... Желательно не совмещать в одном посте эти сообщения, либо разделять как-то логически, если уж такое невозможно* (Гродненский Форум, 03.12.2010). На форумах используется автоматическая система присваивания статуса пользователю в зависимости от его активности: чем больше написанных сообщений, тем выше статус, видимый всем пользователям в личном профиле участника форума, ср.: на популярном «Гродненском Форуме» статус *Депутат горсовета* получает тот, у кого больше пяти тысяч сообщений, статус *Губернатор* – тот, у кого больше десяти тысяч сообщений.

Новые речевые стандарты сетевого институционального дискурса

Анализ институционального дискурса в интернет-сообществах показал, что формат сетевого общения диктует свои правила использования этикетных формул. Ведение официальных аккаунтов в социальных сетях, пабликах и сообществах, в мессенджерах предполагает включенность института в ритм круглосуточного общения. В связи с этим наиболее частотными являются этикетные формулы обращения и приветствия, реже – прощания, пожелания, призыва, просьбы. Этикетная формула *Друзья!* стала самым универсальным обращением в белорусском сетевом институциональном дискурсе: *Приятной рабочей недели, друзья* (ГрГУ им. Янки Купалы в Instagram, 04.02.2019); *Дорогие друзья! Поздравляем вас с Рождеством!* (Белтелеком в Instagram, 07.01.2022). Агенты институционального дискурса в сетевой коммуникации намеренно нивелируют дистанцию, стремятся перевести статусно ориентированную коммуникацию в личностно ориентированную, преобразовать вертикальную связь

«институт – общество» в горизонтальную, которая возможна между равными по статусу коммуникантами. Для обращения *Друзья!* характерно активное употребление в качестве коммуникативной метафоры, в которой перенос осуществляется на основе релятивных сем слова: быть друзьями, приятелями значит ‘иметь общие интересы’, ‘быть духовно близкими’, ‘иметь интенсивное и душевное личное общение’, ‘быть равными по положению’, ‘быть равными по возрасту’ ‘доверять’, ‘испытывать друг к другу положительные эмоции’. В сетевом институциональном дискурсе обращение *Друзья!* часто используется в сочетании с окказиональными приветствиями, отражающими своеобразную моду на «шаблоны быта» (Л. П. Якубинский) в тех или иных сетевых сообществах: *Бодрого дня, друзья!* (GrodnoIn в Instagram, 12.03.2019); *Всем добрейшего утра, друзья!* (Белтелеком в Instagram, 28.01.2019).

Приветствие в сетевом институциональном дискурсе имеет факультативный характер, а прощание более характерно для сообществ с высокой суточной активностью (например, для официальных групп ВКонтakte и Viber-сообществ редакций СМИ). И приветствие, и прощание в случае их использования задают тон позитивного общения, поэтому нередко сочетаются с формулами пожелания или поздравления: *Безопасного вечера, любимый Гродно!* (ГАИ г. Гродно в Instagram, 12.01.2022); *Ура! Пятница! Всем легкого и доброго дня!* (БелТА в ВКонтakte, 29.02.2019); *Со всем не верится, что сегодня последний рабочий день 2018 года! Желаем вам успешно завершить рабочие дела!* (фабрика «Коммунарка» в Instagram, 29.12.2018).

Репертуар речевых формул приветствия, прощания, пожелания в сетевом институциональном дискурсе постоянно расширяется за счет включения в их структуру новых компонентов, отражающих ценности множественных виртуальных миров. Так, участниками сетевого институционального дискурса регулярно используется актуализация временного фактора в речевых формулах приветствия – указание на день недели, месяц или пору года: *С первым днем зимы, друзья!* (фабрика «Коммунарка» в Instagram, 01.12.2021); *Доброе вторниковое утро!* (Блог диетолога @igyna_ -

yablonskaya в Instagram, 08.01.2019); *Всем доброго понедельника! Начинаем новую неделю* (МЧС в Instagram, 02.03.2019). Представляется, что такое внимание к временному модусу жизни современного человека в формулах приветствия отражает ценность времени в нашей «текущей современности» (З. Бауман).

Структура речезыкетных формул в институциональном дискурсе регулярно расширяется за счет включения адресативного местоимения *вы* и местоименного квантора обобщенности *все*: *С добрым субботним утром вас, дорогие друзья!* (Блог в Instagram @doctor_elena_korsak, 19.01.2019); *Доброе и прекрасное утро всем!* (Косметика «Модум» в Instagram, 13.08.2018). Следует отметить, что избыточное обозначение адресата благодаря личному местоимению *вы* и определительному *все* является прагматически значимым в приведенных речевых формулах: усиливается адресатность формулы, что особенно заметно при нулевой адресантной позиции.

В речезыкетные формулы активно включаются существительные с уменьшительно-ласкательными суффиксами, что позволяет придать речи тональность доверительности, смягчить официальную строгость формулы приветствия и прощания: *Доброго воскресного денечка, наши дорогие друзья* (кафе «Заря» в Instagram, 03.02.2019); *Подарочек для любительниц рукоделия!* (компания «Гронитекс» в Instagram, 04.01.2019); *Доброе утро, страна! Самое время для нашей чашечки утреннего чая* (косметика «Модум» в Instagram, 11.03.2019).

Новый пост в институциональной коммуникации может начинаться без приветствия и обращения, а заканчиваться без прощания, однако это не значит, что в тексте не реализуется контактоустанавливающая функция, просто эта задача выполняется с помощью других средств, одновременно задающих обязательную позитивную тональность следующих сообщений. Так, первое сообщение дня, которое прочитают подписчики в качестве своеобразного приветствия, может быть представлено в виде:

1) шуточных картинок и фотографий (котят, щенки, мышки, хомячки) и подписей к ним: *Котик умеет позировать* (БелТА в ВКонтакте, 29.02.2019); *Собака не зна-*

ет толк в хороших конфетах (фабрика «Коммунарка» в Instagram, 15.03.2019);

2) незатейливых сентенций, народных афоризмов с так называемой житейской мудростью: *Улыбки спасают мир!* (ТРК «Гомель» в ВКонтакте, 14.02.2019); *Мир полон прекрасных вещей, и закат одна из них! #посмотри* (Министерство иностранных дел Республики Беларусь в Instagram, 06.11.2018);

3) восклицательных предложений, направленных на изменение эмоционального состояния аудитории: *Ура, пятница!* (БелТА в ВКонтакте, 29.02.2019); *Весна захватывает города!* (фабрика «Красный пищевик» в Instagram, 29.03.2019);

4) познавательно-игровых заданий: *Друзья, а как вы думаете, много ли общего у яблока и апельсина?* («Евроопт» в Instagram, 14.03.2019);

5) предложений поделиться с другими позитивным, создающим настроение контентом: *Новогоднего настроения вам в ленту* (МЧС в Instagram, 24.12.2018).

Такие замены этикетных формул можно объяснить тем, что в сетевом дискурсе ценностью обладает все оригинальное, эксклюзивное, способное вызвать эмоциональный отклик, поэтому стандартные речезыкетные формулы мало востребованы. Так, стремясь сократить дистанцию с аудиторией, администраторы сетевых институциональных сообществ обращаются к small talk как разновидности фатического праздноречевого жанра [3, с. 214]: *На этой неделе синоптики обещают замечательную погоду с настоящим весенним теплом. А ведь мы этого так долго ждали! Расскажем по секрету, как сделать этот выходной еще лучше!* (Belwest в ВКонтакте, 01.04.2019). Нередко администраторы, обращаясь к small talk, упоминают о таких интимных фактах из частной жизни, которые в ситуации офлайн-коммуникации едва ли могли быть публично озвучены в условиях институционального дискурса. По справедливому замечанию О. С. Иссерс, «отмечается явная “дезинтимизация” многих речевых сфер, традиционно относимых к частной жизни человека», «институциональные курсы все более и более расширяют границы допустимого, позволяя увидеть не человека-функцию, но индивида — во всем

разнообразии его эмоциональной жизни» [4, с. 249].

Трансформация институционального речевого этикета в сети Интернет ставит ряд проблемных вопросов, например, о профессиональной этике в сетевых сообществах. Основной задачей социальных институтов всегда считалась однозначная регламентация человеческой жизни, для чего существовали разработанная идеология, набор незыблемых правил и норм, детерминирующих поведение человека в каждой конкретной ситуации, а также система контроля за соблюдением этих норм и правил. Таким требованиям соответствовал и институциональный дискурс в его речевом воплощении, однако условия его реализации в сетевом пространстве привели к пересмотру стандартов институциональной коммуникации. Так, на инстаграм-страницах белорусских врачей мы можем прочесть нелестные комментарии о качестве работы коллег или медицинских учреждений, что в ряде случаев даже может быть расценено как кибербуллинг, например: *Странные схемы и показания, отсутствие эффекта, про КО-Ки я уже даже не знаю, как комментировать подобное лечение* (блог в Instagram); *Отменила ей метформин (непонятно зачем назначенный). Уважаемые коллеги! При незначительном повышении уровня инсулина нет необходимости его назначать* (блог в Instagram). Такое «злословие» в офлайн-коммуникации было бы недопустимым, т. к. нарушает нормы профессиональной этики и подрывает веру пациента в профессию врача, а значит, мешает его выздоровлению. Как только юрист, педагог, врач выступает в социальных сетях как представитель профессионального сообщества и, как следствие, агент социального института, к размещаемому им контенту и речевому оформлению этого контента предъявляются те же строгие требования, что и в институциональном дискурсе офлайн.

Многие приведенные выше примеры речевого этикета соответствуют не институциональным, а бытовым нормам равноправного и заинтересованного дружеского общения. Более того, здесь мы видим примеры «авторского», индивидуализированного этикета – как «результат и последствие конструирования нормы в ситуации поливариативности», что обусловлено самой ситуа-

цией коммуникации в цифровом пространстве – «единством личного и публичного, которое осмысливается и явно или косвенно декларируется как “более личное” (маркер – «ты») или “более публичное” (маркер – «Вы»))» [5, с. 98–99]. Ярко выраженная индивидуализация речевых выражений противоречит традиционным для институциональных дискурсов требованиям стандартности, универсальности, всеобщности. Стремление выделиться из общего потока информации порождает игровые, окказиональные речевые выражения, усиленные личностной коннотацией, с расширенной структурой, в которую включены не только обязательные, но и факультативные компоненты. Становится менее выраженной стандартизированность дискурса и как внутриинституционального, и как дискурса коммуникаций института с обществом и человеком.

Речевая интердискурсивность в пространстве сетевого институционального дискурса

В белорусском институциональном дискурсе в сети можно наблюдать различные примеры наложения дискурсов. Интердискурсивность в институциональных коммуникациях проявляется в силу их медиатизации в новых публичных пространствах, ориентированных на массовую аудиторию с ее информационными вкусами и привычками. Как следствие, во многих текстах и жанрах, изначально принадлежащих институциональным дискурсам (инструкция, собеседование, совещание, протокольная встреча, заявление, отзыв оппонента и т. д.), мы обнаруживаем сильное влияние медиакультуры. Так, в пабликах медицинской тематики наблюдаем намеренные дискурсивные и стилевые смешения, в частности, медицинский дискурс заимствует этикетную рамку бытового дискурса: *Всем привет. Ну что, пришло время снова встретиться... Так что до завтра, до встречи в прямом эфире. Если есть пожелания по тому, что хотите завтра увидеть – пишите. А сегодня, пока-пока!* (блог в Instagram «Доктор Диана Мардас», 11.06.2017).

Для институционального дискурса в сети характерна ролевая интердискурсивность: например, так называемый «инстаграм-доктор» прибегает сразу к нескольким

дискурсивным стратегиям, выступает в разных ролях: использование терминологической лексики подтверждает роль «агента» (врача-профессионала), в то же время этикетные формулы актуализируют роль «друга/подружки». Аналогичную ролевую интердискурсивность наблюдаем в групповом чате представителей сетевого маркетинга в мессенджере Viber. Лидер бизнес-группы придерживается этикетной рамки деловой коммуникации с консультантами, но в ответ на личный вопрос сразу переключается на роль заботливой подруги, хорошей знакомой: *Внимание! Новогодний огонек 13 декабря. Сюрпризы от спонсоров! Подарки всем! Новогодняя фотозона! – А со Степаном (сын) на встречу можно? – Аленочка, я даже не знаю, что тебе ответить... просто остальные будут без детей, будет громко, шумно, чтобы не испугался твой малыш... Смотри сама* (групповой чат ЛБГ_MaryKau, 10.12.2018).

Борьба в сетевом пространстве за внимание аудитории, за продвижение своих услуг, за своего клиента, за своих подписчиков, инвесторов, абитуриентов, рекламодателей ведет к введению в институциональное общение приемов маркетинговых коммуникаций. В связи с этим наблюдается гибридизация коммуникативных практик, смешение, например, медицинского дискурса с маркетинговым (использование рекламных слоганов, информации о скидках и акциях как средствах стимулирования сбыта, презентация систем лояльности и подарочных сертификатов и т. д.). В интернет-пространстве широко представлены рекомендации, а также курсы, семинары, вебинары на темы «Как правильно раскручивать в «Инстаграм» профили врачей», «Как врачу совместить свою профессию с профессией интернет-маркетолога», «Как раскрутить блог врача», «Как правильно рекламировать себя и клинику».

Нельзя не отметить, что технологии маркетинговых коммуникаций, исторически сформировавшиеся за рубежом, стимулируют в институциональном дискурсе контаминацию ценностных систем, которая проявляется самыми разными способами, как, например, в групповом чате ЛБГ_MaryKau в мессенджере Viber: в преувеличенно комплиментарном характере общения с клиентами и сотрудниками (*Умницы и кра-*

савицы, посмотрите, какая красота!; Самые обаятельные и очаровательные, эта информация именно для вас); в популяризации ценностей статуса, успеха, качества жизни, вещиизма и других, характерных для общества потребления (*Это идеальный подарок себе любимой! А какую женщину выбирает мужчина? Мой – красивую, счастливую и богатую! Как же ему повезло*)); в дискредитации традиционных и общепризнанных ценностей: *О, Господи! А я ведь действительно такой же теткой была и считала, что это нормально, и даже замуж вышла!!! Ахаха! Ой, смешно...*

Интердискурсивность наблюдается и в смешении жанров: на интернет-страницах тематические посты с профессиональными обзорами и рекомендациями чередуются с игровым контентом, персонально ориентированной информацией, юмористическим дискурсом, бытовыми «историями из жизни», лайфхаками, рекламными акциями, например: *Доктор тоже бывает пациентом. Моя история: желудок никогда не беспокоил...* (блог в Instagram «Гастроэнтеролог. Минск», 28.12.2021); *Вы просили побольше интересных клинических случаев. Сегодня не очень интересный, зато самый частый клинический случай...* (блог в Instagram «Гастроэнтеролог. Минск», 26.02.2020).

Безусловно, такая «мозаичность» в подаче информации делает ее более доступной и привлекательной для аудитории, но в то же время размывает рамки институциональной коммуникации, что особенно актуально для тех, кто только входит в качестве нового «агента» в это дискурсивное поле, кто только должен был осваивать соответствующие речевые коды. Результатом подобной интердискурсивности становится вариативность речевого этикета. Весь Интернет становится тем самым не географическим, но конструированным смыслами и ценностями интернет-сообществ пограничьем – «местом размежевания, сосуществования и взаимодействия различных социально-политических организмов, этнических, языковых и конфессиональных общностей» [6, с. 9]. Его границы между интернет-культурами, интернет-сообществами, практиками разных медиа носят символический характер – создаются в коммуникации. И в этом смысле каждый пользователь Интернета – «человек пограничья».

Заключення

Проведенне дослідження підтверджує ідею про те, що нові умови комунікації призводять до змін у правилах і формах взаємодії в межах різних соціальних інститутів. Інститути як актори комунікативного процесу змушені підлашуватися під медіалогіку, цінності і правила кожного з типів нових медіа, освоювати нові комунікативні практики ведення мережних спільнот, конструювання групових комунікативних активностей всередині спільноти.

В мережному інституціональному дискурсі розширюється перелік допустимих і одобрюваних моделей речевого поведіння, в т. ч. заимствованих з побутового і маркетингового дискурсів, під впливом яких оновлюється репертуар речевих жанрів і формул речевого етикету. Стандартні етикетні формули мало востребовані в інституціональному дискурсі, їх місце займають окказиональні етикетні вирази, посилені особистою конотацією, з розширеною структурою, в яку включені не тільки обов'язкові, але й факультативні компоненти.

В інституціональному дискурсі контактоустановлюючу і контактопідтримуючу функцію бере на себе ігровий контент: народні афоризми, вигукання, фотографії і картинки, викликаючі позитивні емоції, створюючі особу атмосферу довірливого спілкування, в результаті стимулюючи лояльність підписників мережного спільноти.

Перспективним видиться продовження дослідження різних рівнів мережного інституціонального дискурсу, виявлення і аналіз речетикетного компонента культури комунікацій в межах окремих сегментів «медіатизованих світів» на основі тривалого спостереження за комунікативними практиками «жителів» цих світів. Наприклад, дослідження може бути присвячено речевому етикету внутрішніх і зовнішніх комунікацій таких комунікативних спільнот, як педагогічні мережні спільноти в якості нової форми академічної самоорганізації, інформаційно-комунікативні спільноти національних діаспор і др.

СПИСОК ІСПОЛЬЗОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Карасик, В. І. Етнокультурні типи інституціонального дискурсу / В. І. Карасик // Етнокультурна специфіка речевої діяльності : зб. оглядів. – М. : ІНІОН РАН, 2000. – С. 33–58.
2. Rushkoff, D. Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture / D. Rushkoff. – New York : Ballantine Books, 1996. – 345 p.
3. Демент'єв, В. В. Теорія речевих жанрів / В. В. Демент'єв. – М. : Знак, 2010. – 600 с.
4. Иссерс, О. С. Дискурсивні практики нашого часу / О. С. Иссерс. – М. : LEAND, 2015. – 272 с.
5. Некласическі письмові практики сучасності : колектив. моногр. / під ред. Т. В. Шмелевої. – Великий Новгород : ІНО-Центр, 2012. – 332 с.
6. Беспамятных, Н. Н. Білорусско-польско-литовське пограниччє: границі, культури, ідентичності / Н. Н. Беспамятных. – Мінськ : РИВШ, 2009. – 244 с.

REFERENCES

1. Karasik, V. I. Etnokul'turnye tipy institucional'nogo discursa / V. I. Karasik // Etnokul'turnaja spicifika riechievoj diejatiel'nosti : sb. obzorov. – M. : INION RAN, 2000. – S. 33–58.
2. Rushkoff, D. Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture / D. Rushkoff. – New York : Ballantine Books, 1996. – 345 p.
3. Diemient'jev, V. V. Tieorija riechievykh zhanrov / V. V. Diemient'jev. – M. : Znak, 2010. – 600 s.
4. Issers, O. S. Diskursivnyje praktiki nashego vriemieni / O. S. Issers. – M. : LEAND, 2015. – 272 s.
5. Nieklassichieskije pis'miennyje praktiki sovriemiennosti : kolliektiv. monogr. / pod ried. T. V. Shmieliovaj. – Vielikij Novgorod : INO-Centr, 2012. – 332 s.
6. Biespamiatnykh, N. N. Bielorussko-pol'sko-litovskojе pogranych'je: granicy, kul'tury, identichnosti / N. N. Biespamiatnykh. – Minsk : RIVSh, 2009. – 244 s.

Рукапіс надіслано у редакцію 12.02.2022