

УДК 811.161.2'27.373

Н. В. Кондратенко

докторка філологічних наук, професорка,
завідувачка кафедри прикладної лінгвістики
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова;

М. М. Степанюк

магістрантка кафедри прикладної лінгвістики
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
[https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2\(24\).251851](https://doi.org/10.18524/2307-8332.2021.2(24).251851)

ОСОБЛИВОСТІ АНОНСУ ЯК МОВЛЕННЄВОГО ЖАНРУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ

У статті розглянуто мовленнєвий жанр анонсу як вияв категорії інформаційності в дискурсі соціальних мереж. Проаналізовано анонси музичних гуртів та доведено мовні засоби впливу в анонсах. Виокремлено основні групи мовних засобів: графічні, лексико-семантичні та стилістичні. Основними графічними засобами мовного впливу в анонсі є абрєвіатури, цифрові позначення та іншомовні вкраплення. З лексико-семантичних засобів впливу найбільш широко в анонсі новин представлені емоційно-експресивна лексика та власне ім'я. Синтаксичні особливості зумовлені публіцистичним стилем мовлення: використано здебільшого прості речення. Обґрунтовано, що мультимедійність є характерною рисою інтернет-комунікації, що забезпечує полікодовість електронних анонсів – можливість передачі інформації не тільки за допомогою вербального тексту, а й із залученням невербальних засобів.

Ключові слова: мовленнєвий жанр, анонс, Інтернет-дискурс, соціальна мережа, мовні засоби.

Постановка проблеми в загальному вигляді. З кінця ХХ століття серед дослідників-лінгвістів актуальними темами є функціонування мови у віртуальному світі. Щоб повністю зрозуміти вплив Інтернету на суспільство, ми повинні пам'ятати, що технологія – це частина масової культури. За свою відносно недовгу історію існування масова культура практично витіснила справжню високу культуру; сьогодні люди рідко відвідують концерти музичних гуртів, рідко читають серйозну літературу, а гарний живопис їм замінюють постери в Інтернеті. Однак навіть в таких умовах деякі події культурного життя викликають жвавий інтерес публіки, який формується переважно завдяки вдалій рекламній кампанії, зокрема завдяки грамотному анонсуванню відповідних подій. Щоб зорієнтуватися у всьому різноманітті пропонованих заходів, люди звертаються до спеціальних оглядових текстів – анонсів, щоб заздалегідь скласти думку про конкретну подію. З погляду мовознавців Інтернет є «особливим комунікативним середовищем, особливим місцем реалізації мови, яка ніколи раніше

до цього не існувала» [1, с. 29]. Разом з тим під час вивчення цього особливого комунікативного простору потрібно спиратися на засадничі теорії і вчення.

Ступінь дослідження проблеми в науці. Мовні особливості електронних текстів вивчали Л. Зубова, О. Клінг, О. Рєвзіна, О. Сіверська, І. Кудрова та інші вчені. З позицій прагмалінгвістики електронні тексти розглянуто в працях А. Акішиної, О. Горошко, Л. Компанцевої, С. Нерян, Н. Формановської та ін. Поняттю дискурсу свої роботи присвятили Т. ван Дейк, Ф. Бацевич, А. Загнітко, В. Карасик, О. Кубрякова, В. Красних, М. Макаров, О. Селіванова та ін.) У стрімко зростаючому потоці досліджень, присвячених інтернет-комунікації, мовним та позамовним аспектам електронного спілкування присвячені праці таких вчених, як О. Галичкіна, Ф. Смирнов, Г. Нещименко, У. Гюнтер, Е. Вісс, Дж. Леслі, П. Панзеграу, К. Таунсхенд та ін.

Мета дослідження – виявити вербальні особливості інформаційних матеріалів музичних гуртів, що розповсюджуються в соціальних мережах та встановити лінгвопрагматичні характеристики мовленнєвого жанру анонс як полікодового текстового утворення.

Об'єктом дослідження роботи є полікодовий простір тексту анонсу, а **предметом** – лінгвопрагматичні особливості тексту анонсу.

Виклад основного дослідження. Анонс в соціальних мережах належить до монологічного типу. Однак ця характеристика умовна і надана спираючись лише на те, що анонси – це підготовлені тексти, а не побудовані на засадах спонтанної розмови з публікою. Навіть незважаючи на ці особливості, контакт із глядачем, хоч і невидимий, але він є, і він дуже важливий. В межах прагматики, незалежно від жанру тексту, відправною точкою для будь-якого аналізу є «діалогічність та неможливість існування монологу у чистому виді» [4, с. 203]. Діалогічні зв'язки є основою побудови будь-якої мови та припускають реакцію адресата у формі вербальної чи невербальної поведінки. Навіть у випадках, коли людина веде внутрішню розмову з собою, вона має співрозмовника.

Користувачі Інтернету не затримуються на веб-сторінці, швидко переглядають контент, не читаючи його кожне слово. Натомість читачі «сканують» сторінки в пошуках інформації, вишукуючи ключові слова, фрази і зорові орієнтири. Прочитавши анонс новини в соціальній мережі, для ознайомлення з повною версією матеріалу користувачі переходять за посиланням на сайт, і лише в тому випадку, якщо подана інформація їх зацікавила.

Самостійність новинного анонсу як однієї з найбільш поширених компактних форм передачі актуальної інформації в мережі Інтернет визначається наступними екстралінгвістичними факторами: автономність, оперативність, концентрація і різнобічне представлення події. Ці екстралінгвістичні фактори визначають власне лінгвістичну специфіку анонсу в Інтернет-дискурсі, що дозволяє розглядати анонс в новинному блоці Інтернет-дискурсу як самостійний мовленнєвий жанр.

Специфіка змістовної сторони новинного анонсу визначається тим, що при значному тематичному розмаїтті всі повідомлення підкоряються принципу актуальності. Сильова своєрідність жанру новинного анонсу зумовлена насамперед специфікою реалізації основних дискурсивних функцій – інформативною впливовою. Текст анонсу орієнтований на швидке сприйняття, і це обумовлює переважне використання загальноживаної лексики, щодо простих морфологічних і синтаксичних елементів.

Вивчення анонсу в лінгвопрагматичному аспекті дозволяє досліджувати не тільки текстове повідомлення з погляду жанрової різноманітності, але перш за все виявити принципово новий тип тексту як «результат цілеспрямованої соціальної дії, покликаної реалізувати подвійну інтенцію автора: інформування та рекламування» [3, с. 92]. Ці тексти здатні активно впливати на поведінку аудиторії та формування цінностей. Спостерігається гостра конкурентна боротьба за масового глядача, за його увагу та прихильність, за зростання рейтингів, а, отже, за грошовий прибуток.

Інформація стає продуктом, який потрібно вигідно продати. Анонс в соціальних мережах не є винятком: «анонс – це товар, а товари за законами ринку треба продавати. Цим і зайняті копірайтери. Щоб товар продати, йому (товару) треба забезпечити достатню за кількістю та гідну за якістю рекламу. Втім, сам товар повинен мати певну якість. Він повинен бути красиво упакований і грамотно подано» [2, с. 84]. Найчастіше увага читача прикута до анонса менше хвилини, однак саме в цей час глядацький інтерес до анонсованої події або зароджується, або ні. Як зачепити увагу аудиторії та змусити її затриматися – питання, які вирішуються у ході лінгвостилістичного оформлення інформаційних анонсів соцмереж.

Сьогодні матеріали, що публікуються в соціальних медіа, є поєднанням двох елементів – текст та візуальний контент. Візуалізація текстової інформації є основним трендом розвитку сучасних медіа. Інтеграція візуальної та вербальної мов дозволяє досягти максимального рівня компресії тексту, що дозволяє забезпечити швидкість та комфорт сприйняття інформації адресними аудиторіями. Зіставлення лінгвістичних особливостей вербальної складової, композиційних та виразних прийомів передачі змісту повідомлення у візуальній частині контенту дозволяє виявити закономірності створення анонсів музичних гуртів.

У мережі Інтернет музичні колективи мають власні публічні сторінки в різних соціальних мережах. Для нашого дослідження ми проаналізували деякі тексти анонсів. Для цього вилучили 10 текстів з публічних сторінок у соцмережі Facebook відомих українських гуртів: 1) «Бумбокс» [Режим доступу: <https://goo.su/abHf>], 2) «Океан Ельзи» [Режим доступу: <https://goo.su/a3wT>], 3) «Жадан і Собаки» [Режим доступу: <https://goo.su/aAfw>] та «Друга Ріка» [Режим доступу: <https://goo.su/OxZ>] періоду за серпень та листопад 2019 року, українською мовою, що анонсує концерт чи виступ гурту. Ми провели порівняльний аналіз на різних мовних рівнях.

Отримані тексти проаналізували на фонетичному, морфологічному та синтаксичному рівнях, прорахували співвідношення кількості символів. Обрані тексти з проаналізованими їхніми характеристиками подані нижче.

Анонс 1 з Facebook



Бумбокс

25 нояб. · 🌐

Ізраїлю, привіт! Кидайте всі свої справи та приходьте на концерт українського гурту Бумбокс. Єрусалим, Хайфа, Ашкелон, Петах, Рішон-ле-Ціон, Назарет, Ашдод, Петах-Тіква - знаєте пісні "Вахтерам", "Люди", "Наодинці", "та4то", "Квіти у волоссі", "Бездня", "Поліна"? Приїжджайте до Тель-Авіва. Приїжджайте з інших міст, країн, континентів та навіть планет. Ми будемо раді всім! Ми ж три роки не були в Ізраїлі. Погодьтеся, це дуже довго. А хочеться бачитись частіше. За час, який ви провели без нас, у Бумбокса вийшло стільки цікавого, що якщо розповідати про це зі сцени, довелося б влаштувати додаткове шоу: ми випустили два альбоми, зняли купу кліпів та один серіал, у гурту помінявся склад, ми об'їздили півсвіту з гастролями.

Бумбокс грають у Тель-Авіві 15 лютого 2022 року, у клубі "Reading 3".

Придбати квитки:

<https://bezalelevent.co.il/event/13>

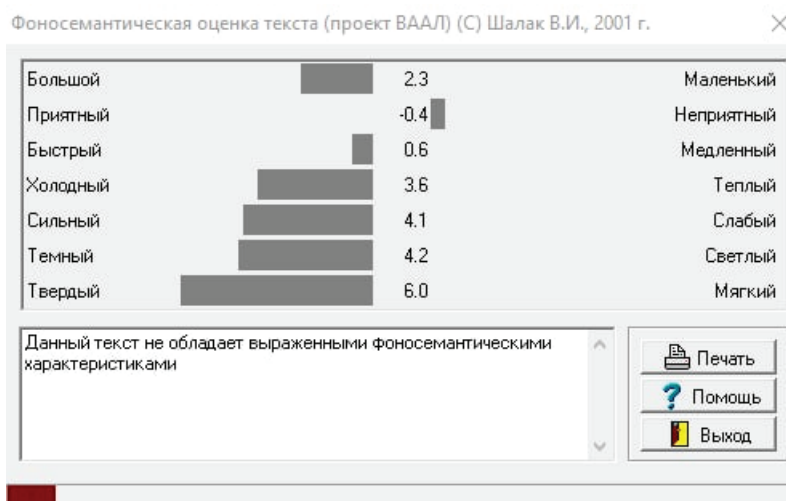
Всього: 852

Без пробілів: 729

Абзаци: 3

Слів: 122

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 39, дієслів – 8, прикметників – 12, займенників – 3, прийменник – 8, дієприкметник – 4, сполучник – 6. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 1, питальні – 0, спонукальні – 1.

Анонс 2 з Facebook



Океан Ельзи / Okean Elzy ✓

3 дек. · 🌐

Шалом, Ізраїль!

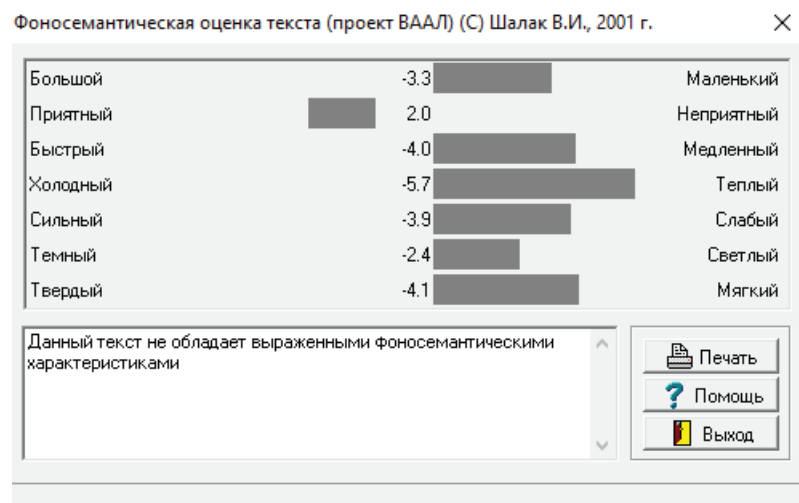
18 грудня – зустрічаємося у Тель-Авіві!

🎫 квитки | tickets >> <https://cutt.ly/IRZB49r>

📢 концерт відбудеться з дотриманням карантинних вимог 📢

Всього: 153. Без пробілів: 133. Абзаци: 4. Слів: 18

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



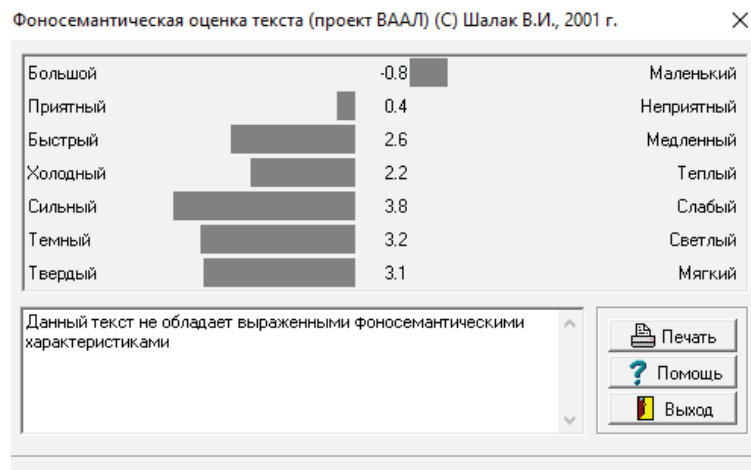
Морфологічний аналіз: іменників – 8, дієслів – 2, прикметників – 1, займенників – 0, прислівник – 0, числівник – 1. Синтаксичний аналіз: простих – 4, складні – 0, питальні – 0, спонукальні – 2.

Анонс 3

Два концерти Бумбокс в Києві, 8 і 9 квітня 2022. Квитки: concert.ua/uk/events/bumboks

Всього: 86. Без пробілів: 74. Абзаци: 1. Слів: 12

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 5, дієслів – 0, прикметників – 0, займенників – 0, прислівник – 0, числівник – 4. Синтаксичний аналіз: простих – 2, складні – 0, питальні – 0, спонукальні – 0.

Анонс 4

Грандіозний концерт Океану Ельзи 25.06.2022 КИЇВ Olympic NSC
квитки – <https://bit.ly/3nNsQpx>

Всього: 94. Без пробілів: 82. Абзаци: 2. Слів: 10.

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 7, дієслів – 0, прикметників – 1, займенників – 0, прислівник – 0, числівник – 3. Синтаксичний аналіз: простих – 2, складні – 0, питальні – 0, спонукальні – 0.

Анонс 5

🔥 ЛЬВІВ

⚡ 28 серпня!

! КІНГ КРОСС ФЕСТ !

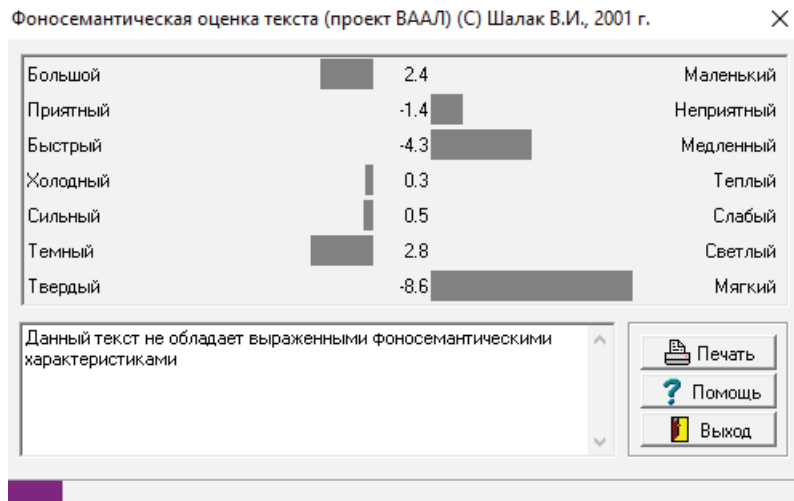
З 12:00 до 20:00

Досі не маєш планів на останню
серпневу суботу?
Тоді GO співати разом з нами!
Чекаємо на тебе за адресою:
ТРЦ King Cross Leopold;
С. Сокольники, вул. Стрийська, 30.

Початок виступу гурту - після 18:00.
Живий звук.

P.S. Більш детальну інформацію щодо програми
КІНГ Кросс Фесту можна дізнатися на сторінці
ТРЦ King Cross Leopold.

Всього: 356. Без пробілів: 290. Абзаци: 10. Слів: 56
Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 30, дієслів – 6, прикметників – 3, займенників – 2, прислівник – 4, числівник – 5. Синтаксичний аналіз: простих – 10, складні – 0, питальні – 1, спонукальні – 3.

Анонс 6

 **Друга Ріка - Druga Rika** ✓ в г. ...
Мариуполь.
22 авг. · Мариуполь · 🌐

⚡ 24 серпня.
Театральна площа.

День Незалежності України разом із гуртом Друга Ріка!

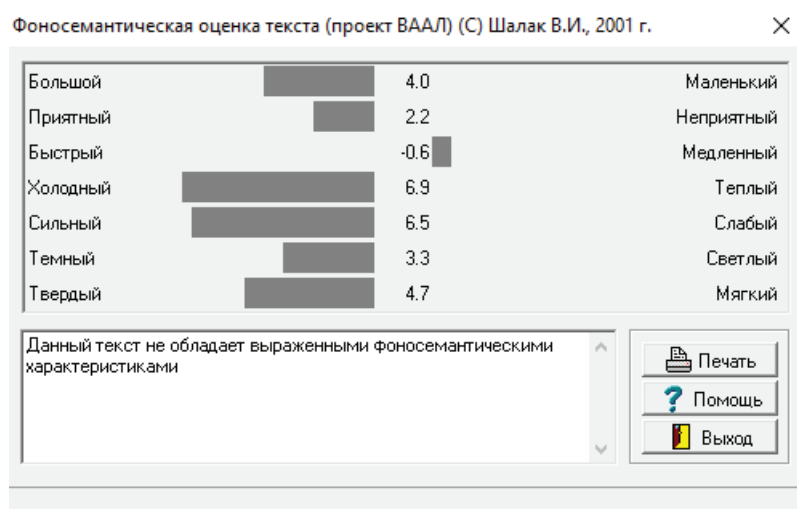
🔥 Вже за три дні Мариуполь разом з усією країною святкуватиме День Незалежності великим та гучним концертом.

Ми просто не змогли це пропустити та вже зовсім скоро вирушаємо до вас.

Тож 📌
Шукайте нас на сцені о 21:30!

[#другаріка](#)

Всього: 322. Без пробілів: 262. Абзаци: 8. Слів: 50
Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 15, дієслів – 4, прикметників – 4, займенників – 4, прислівник – 2, числівник – 3. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 2, питальні – 1, спонукальні – 1.

Анонс 7

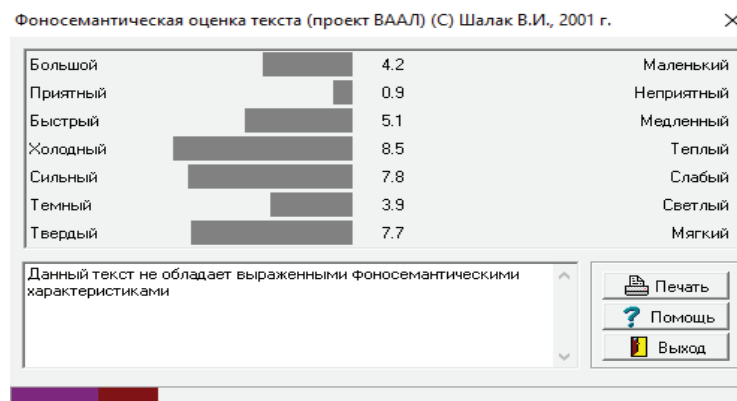
АНОНС ОКЕАН ЕЛЬЗИ оголошує ПЕРШУ дату великого Світового туру 2022–2023 на підтримку нового (!) альбому!

25.06.2022 КИЇВ, Olympic NSC

Квитки вже тут >>> <https://bit.ly/3nNsQpx>

Всього: 181. Без пробілів: 152. Абзаци: 3. Слів: 24

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 9, дієслів – 1, прикметників – 3, займенників – 3, прислівник – 1, числівник – 1. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 2, питальні – 1, спонукальні – 1.

Анонс 8

Ізраїлю, ти готовий до зустрічі?

Мені ніж за два місяці – 18 грудня – зустрічаємося у Тель-Авіві!

квитки | tickets >> <https://bit.ly/3bgHkqO>

Всього: 146. Без пробілів: 119. Абзаци: 3. Слів: 20

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 39, дієслів – 8, прикметників – 12, займенників – 3, прийменник – 8, дієприкметник – 4, сполучник – 6. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 1, питальні – 0, спонукальні – 1.

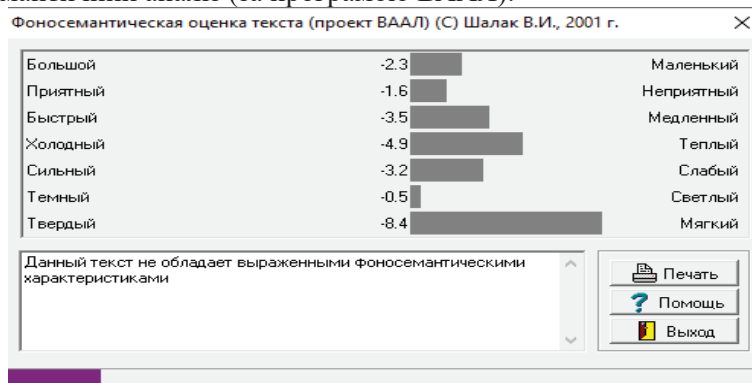
Анонс 9

Дорогі брати і сестри у Маріуполі! 28-го листопада побачимося у вашому чудовому, сонячному місті.

Не пропустіть!

Всього: 114. Без пробілів: 97. Абзаци: 2. Слів: 16

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ):



Морфологічний аналіз: іменників – 39, дієслів – 8, прикметників – 12, займенників – 3, прийменник – 8, дієприкметник – 4, сполучник – 6. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 1, питальні – 0, спонукальні – 1.

Анонс 10

Дорогі брати і сестри! Рівно за місяць граємо у Києві. Окрім чисельних прем'єр на вас чекатимуть ЗІРКОВІ ГОСТІ. Собаки готують до виконання декілька прем'єр. Тож не зволікайте, квиточки тануть з кожним днем. Беріть друзів і приходьте грітися.

Ви ж будете?

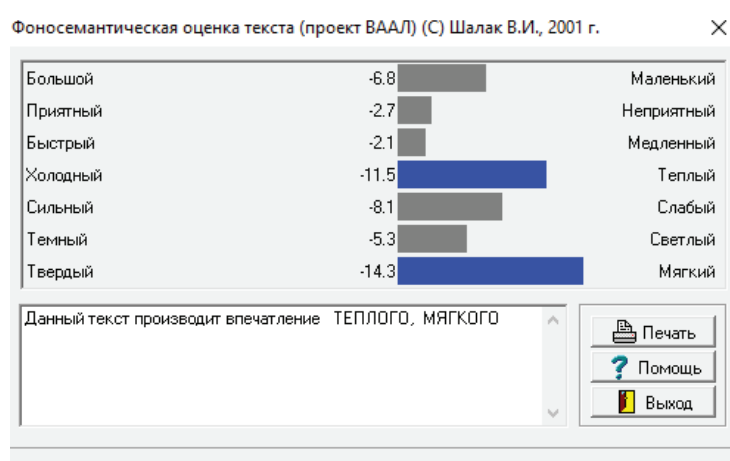
<https://kiev.karabas.com/zhadan-i-sobaki-15>

Всього: 302. Без пробілів: 259. Абзаци: 3. Слів: 41

Фоносемантичний аналіз (за програмою ВААЛ) див. нижче.

Морфологічний аналіз: іменників – 12, дієслів – 9, прикметників – 5, займенників – 3, прислівник – 1, числівник – 1. Синтаксичний аналіз: простих – 5, складні – 2, питальні – 1, спонукальні – 1.

Для наших підрахунків ми проаналізували кількість знаків у кожному з текстів з пробілами, без, кількість слів та абзців. Нам вдалося визначити, що63



в середньому, в анонсі музичного колективу у соціальній мережі Facebook, налічується 260 знаків, що становить 37 слів.

Фоносемантичний аналіз тексту ми проводили за допомогою програми ВААЛ, що аналізує текст, приписуючи йому відповідні емоційні характеристики, виходячи з комплексу звуків. На фонетичному рівні 2 тексти («Океан Ельзи», «Жадан і Собаки») з 10 виявили емоційні риси, решта – не мали яскраво виражених характеристик. Тому можемо говорити, що ефект неусвідомленого впливу текстів на аудиторію залежить не від мережі, на якій розміщені тексти, а від автора, що їх створює.

Щоб проаналізувати морфологічний склад текстів ми порахували кількість слів – певних частин мови, що були вжиті в кожному зразку. На морфологічному рівні виявлено переважання іменників: згадування імен, географічних об'єктів, назв подій, проектів. Наступними за кількістю є прикметники, що закономірно, адже вони завжди супроводжують іменники, та дієслова. Найчастотнішими є конструкції типу «назва гурту (як суб'єкт) – дія»: «*грає*», «*представляє*», «*запрошує*», «*презентує*», «*виступає*» та інше. Часто вживаними є заклики до дії, які виражені за допомогою наказового способу дієслів «*запрошують*», «*дивіться*», «*приходьте*» тощо. Дієслова найчастіше вживаються у формі майбутнього або теперішнього часу. Така насиченість тексту дієсловами надає публікаціям енергію та жвавість викладу інформації. Також автори активно використовують числівники для інформування про дату та час виступу. В анонсах, розміщених в соціальній мережі Facebook, частотним є використання посилань та згадування осіб/подій/ін. спільнот в дописах.

Серед речень, які були використані, переважну кількість становлять прості речення (90%). Це пояснюється особливостями текстів Інтернет- дискурсу, що мають бути максимально лаконічними та простими для читання та розуміння, не перевантажуючи читача зайвою інформацією. Адже швидкість сприйняття залежить від подальшої швидкості прийняття рішення щодо покупки квитків

і в подальшому відвідування конкретного заходу. Використовуються риторичні запитання, які концентрують увагу на повідомлення та змушують читача зупинитися на ньому трохи довше.

Якщо говорити про лексику матеріалів, опублікованих в анонсах у соцмережі, то дуже часто використовуються різні мовні штампи – усталені словосполучення, які через частого вживання стали звичними, сухими, втратили емоційне забарвлення (*«грандіозний концерт»*, *«світовий тур»*, *«абсолютний лідер»*, *«зіркові гості»*, *«З нагоди знаменного ювілею»* та ін.). Крім того, тексти вирізняє різноманітність професійної музичної термінології (*«дуєт»*, *«приспів»*, *«акорди»* та ін.). Ці ознаки визначають офіційно-діловий стиль мови, тоді як жанр «анонс» уналежнюємо до публіцистичного. Отже, ми можемо спостерігати дифузію мовних стилів.

Крім цього, в текстах активно використовується лексика з позитивною семантикою (*«грандіозний»*, *«легендарний»*, *«чудовий»*) та слова з яскравим конотативним значенням, що містять оцінку. Використання такої емоційно-оцінної лексики, що виражає позитивну оцінку гурту, сприяє створенню позитивного іміджу. Автори аналізованих анонсів використовують різні засоби для залучення читача до ситуації, використовуючи різні прийоми для стовення відчуття причетності (*«разом»*, *«усією країною святкуємо»*, *«беріть друзів»*, *«кожен з нас»*, *«всі»*)

Отже, підводячи підсумки аналізу, можемо зауважити, що ключовою особливістю тексту анонсу є його невеликий розмір. Йому притаманна переважна кількість рис Інтернет-дискурсу. Автори повідомлень: тяжіють до публіцистичного стилю відкидають формальні обороти, не використовують скорочень, уникають пасивних конструкцій та надмірності у пунктуації, використовують короткі речення. Для структуризації тексту розбивають його на абзаци та додають різноманітні емотикони. Це можна пояснити бажанням уникати можливої негативної реакції читачів і перевтоми, викликані надмірністю у пунктуації, наявністю пасивних конструкцій, які створюють враження безособової комунікації, що не потребує дій.

Не применшуючи значення для тексту анонсу вербального компонента, підкреслимо, що в ньому активно з'являються невербальні компоненти, а саме, серед проаналізованих анонсів бачимо аудіо-вербальні, вербально-візуальні та мультимедійні тексти, а також посилання на персоналії, місце події та портали, які зазначені у тексті. У межах одного тексту за допомогою гіперпосилань суб'єкт анонсу може передати великий масив додаткової інформації, подробиці якої розкриває суть події. Завдяки гіперпосиланням читач отримує можливість звертатися до інформації, закритої до певного моменту сторінкам тексту. Активність адресата безпосередньо залежить від ступеня його зацікавленості в отриманні додаткової, детальнішої інформації про об'єкт, а також від зручності гіпертекстових переходів.

У такий спосіб створюється об'єднаний простір, де комунікує одночасно велика кількість учасників, поєднуються декілька дискурсів та контекстів. Для того, щоб повідомлення було зрозуміліше, його значення може передаватися знаками пунктуації. Серед специфічних особливостей пунктуації варто акцентувати увагу на тому, що знак оклику здатний виконувати сигнальну функцію. Задля підвищення емоційності використовуються спонукальні та питальні речення. Такі елементи не лише привертають увагу читачів, а й дозволяють знаходитись ближче, бути ніби на «одній хвилі» з ними.

Висновки дослідження. Анонс виконує інформативну та впливову функцію, проте їх реалізація здійснюється специфічно. Так, інформативна функція у жанрі анонсу виконується опосередковано, тобто як інформація про інформацію за умов конкуренції. Саме тому інформативна функція має поєднуватися з впливовою, оскільки лише їхня єдність сприятиме досягненню головної «немовної мети» анонсу новин. Отже, функція, що впливає, в тексті новинної інтернет-публікації може бути реалізована виключно за рахунок цілеспрямованого використання лінгвістичних засобів.

Література

1. Долинин, К. А. (1999). Речевые жанры как средство организации социального взаимодействия. В кн.: *Жанры речи*, 2, 7–13.
2. Клущина, Н. И. (2007). Публицистический текст в прагматическом аспекте. *Язык массовой и межличностной коммуникации*, 75–82.
3. Назарова, Л. В. (2012). Гипертекст и Интернет-дискурс. *Текст – Дискурс. Гипертекст – Интернет-дискурс*: Сборник научных статей. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ.
4. Седов, К. Ф. (2004). Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции. Лабиринт.

References

1. Dolinin, K. A. (1999). Speech genres as a means of organizing social interaction [Rechevye zhanry kak sredstvo organizatsii sotsial'nogo vzaimodeystviya]. In: *Zhanry rechi*, 2, 7–13. [In Russian]
2. Klushina, N. I. (2007). Journalistic text in a pragmatic aspect [Publitsisticheskiy tekst v pragmaticheskom aspekte]. *Yazyk massovoy i mezhlchnostnoy kommunikatsii*, 75–82. [In Russian]
3. Nazarova, L. V. (2012). Hypertext and Internet discourse [Gipertekst i Internet-diskurs]. *Tekst – Diskurs. Gipertekst – Internet-diskurs*. SPb.: Izd-vo SPbGUEF. [In Russian]
4. Sedov, K. F. (2004). Discourse and personality: The evolution of communicative competence [Diskurs i lichnost': Evolyutsiya kommunikativnoy kompetentsii]. Labirint. [In Russian]

Kondratenko N.V., Stepanyuk M.M.

FEATURES OF THE ANNOUNCEMENT AS A SPEECH GENRE OF INTERNET DISCOURSE

The article considers the speech genre of the announcement as a manifestation of the category of information in the discourse of social networks. The announcements of music groups are analyzed and the linguistic means of influence in the announcements are proved. The main groups of language means are distinguished: graphic, lexical-semantic and stylistic. The main graphic means of language influence in the announcement are abbreviations, numerals and foreign language inclusions. Of the lexical and semantic means of influence, the most widely presented in the news announcement are emotionally expressive vocabulary and one's own name. Syntactic features are due to the journalistic style of speech: mostly simple sentences are used. It is substantiated that multimedia is a characteristic feature of Internet communication, which provides polycoding of electronic announcements – the ability to transmit information not only through verbal text, but also with the use of nonverbal means.

Key words: *speech genre, announcement, Internet discourse, social network, language means.*