

**Е. Зноик**

## СТРУКТУРНО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЕРБАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА СЕТЕВОГО ЖАНРА СТОРИЗ ИТ-КОМПАНИИ

Исследовательская работа посвящена коммуникации в Интернете. Актуальность темы данной работы определяется тем, что в настоящее время Интернет выступает отличительным признаком современной культуры и представляет собой новую лингвистическую реальность.

В данной работе основное внимание уделяется платформе Instagram, в частности сетевому жанру сториз, который выступает в роли визуального контента, где невербальные и вербальные компоненты дополняют друг друга.

Целью данной работы является определение доминантных инструментов, которые используют ИТ-компании для вовлечения аудитории в сетевую коммуникацию. Источником материала стал сториз ИТ-компании «ЕРАМ Belarus».

Проведенный анализ позволил выявить следующие тенденции.

В сообщениях сториз компания ЕРАМ использует все 3 типа предложений по цели высказывания: побудительные (50 %), вопросительные (32 %) и повествовательные (18 %).

Использование побудительных предложений говорит о желании адресанта призвать аудиторию к действию; таким предложениям свойственно обращение на «ты»: *Тяни вверх и читай.*

Вопросительные предложения создают диалог между компанией и аудиторией; в них используется вежливая форма «Вы», тем самым компания избегает давления на аудиторию и оставляет ей выбор: *Придете на The Rolling Scopes Conference?*

Повествовательные предложения выступают в роли заголовков и не имеют специфических характеристик.

Рассмотрение структуры предложений в сториз компании показало наличие односоставных (76 %) и двухсоставных (24 %) предложений. В односоставных предложениях имеется только часть информации, а также встречаются конструкции с психологическим влиянием на аудиторию. Двухсоставные – используются для доведения фактуальной информации.

Подводя итоги вышесказанному, можно сделать вывод, что доминантными для сетевого жанра сториз являются побудительные предложения. Представляется, что выявленная тенденция свидетельствует о том, что компания нацелена на результат и стремится побудить целевую аудиторию к совершению конкретных действий.