

УДК 811.111:811.112.2'42]:791(049.32):316.346.2
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/47-1-28>

Уляна ЗЬОМКО,
orcid.org/0000-0001-7972-5669
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри англійської філології
Львівського національного університету імені Івана Франка
(Львів, Україна) *ulyana_zyomko@yahoo.com.ua*

ТАКТИКА ДІАЛОГУ ІЗ ЧИТАЧЕМ В ОНЛАЙН-КІНОРЕЦЕНЗІЇ (ГЕНДЕРНИЙ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ)

Розвиток інформаційних технологій та пов'язані з ним зміни в сучасній кінокритиці демонструють посилення діалогізації в онлайн-рецензіях, які дедалі більше зорієнтовані на читача-спієрозмовника. У пропонованій статті здійснено спробу дослідити лінгвокультурні та гендерні особливості в реалізації комунікативної тактики діалогу із читачем на матеріалі англійських та німецьких онлайн-кінорецензій. Із цією метою на першому етапі дослідження систематизовано мовленнєві ходи, які відбивають використання тактики діалогу в кінорецензіях та чоловічих рецензіях обох лінгвокультур. На третьому етапі визначено питому вагу кожного ходу в межах комунікативної тактики діалогу в корпусі англійських та німецьких рецензій. Комунікативна тактика діалогу із читачем відображена у використанні таких мовленнєвих ходів: «зацікавлення темою повідомлення», «експресивне використання знаків пунктуації», «пряме звертання до читача», «порада», «створення ефекту усного мовлення», «солідаризація автора із читачем», «залучення читача до спільних роздумів» та «спонування адресата до дії». Проведений аналіз свідчить про низку схожих і відмінних ознак у мовленнєвій поведінці англійських та німецьких рецензентів у лінгвокультурному та гендерному зрізах. Найчастотнішим ходом в англійських рецензіях для обох гендерів був мовленнєвий хід «солідаризація автора із читачем», а в німецьких – «залучення читача до спільних роздумів». Такі результати можуть свідчити про прагнення англійських рецензентів до більш довірливої взаємодії із читачем, тоді як для німецьких рецензентів важливіше досягти однозначності щодо стрічки. Гендерні незбіги в реалізації ходів «солідаризація автора із читачем», «залучення читача до спільних роздумів», «створення ефекту усного мовлення» та «порада» менш помітні в англійській лінгвокультурі. Схожі гендерні ознаки простежені у використанні ходу «спонування адресата до дії», проте в англійських рецензіях цей хід траплявся частіше. Німецькі рецензенти частіше вдавались до порад щодо перегляду фільму.

Ключові слова: кінорецензія, комунікативна тактика, мовленнєвий хід, діалог, лінгвокультура, гендер.

Uliana ZOMKO,
orcid.org/0000-0001-7972-5669
Candidate of Philological Sciences,
Assistant at the Department of English Philology
Ivan Franko National University of Lviv
(Lviv, Ukraine) *ulyana_zyomko@yahoo.com.ua*

THE TACTICS OF DIALOGUE WITH THE READER IN THE ONLINE FILM REVIEW (GENDER AND LINGUOCULTURAL ASPECT)

The development of information technology and the changes connected with it in modern film criticism demonstrate the increasing dialogising in online reviews, which become all the more focused on the reader-interlocutor. The given article attempts to explore linguocultural and gender peculiarities in the implementation of communicative tactics of dialogue with the reader on the material of English and German online film reviews. To this end, at the first stage of the study, we systematized the speech moves that reflect the use of the tactics of dialogue in film reviews. At the second stage, we explored their frequency in the female and male reviews of both linguocultures using the method of quantitative calculations. At the final stage, we determined the share of each move within the communicative tactics of dialogue in the corpus of English and German reviews. The communicative tactics of dialogue with the reader is reflected in the use of the following speech moves: “the arousal of the interest in the theme of the message”, “the expressive use of punctuation”, “addressing the reader directly”, “advice”, “the creation of the effect of an oral speech”, “the identification of the author with the reader”, “the involvement of the reader into the mutual contemplation” and “motivating the reader to act”. The analysis presents a number of similar and distinctive features in the speech behaviour of English and German reviewers in the linguocultural and gender context. “The identification of the author with the reader” was the most frequent move in the English reviews for both genders, while in the German texts “the involvement of the reader into the

mutual contemplation” showed the highest share. Such results may signal the inclination of English reviewers to interact more confidently with the reader, while for the German reviewers it is more important to reach unanimity as regards the film. Gender inconsistencies in the implementation of the moves “identification of the author with the reader”, “the involvement of the reader into the mutual contemplation”, “the creation of the effect of an oral speech” and “advice” are less noticeable in the English linguoculture. Similar gender features can be traced in the use of the speech move “motivating the reader to act”, but in the English reviews, this move was more common. The German reviewers were more likely to express advice on watching the film.

Key words: film review, communicative tactics, speech move, dialogue, linguoculture, gender.

Постановка проблеми. З розвитком інформаційних технологій та інтернету медіа-жанри зазнають суттєвих змін. Онлайн-рецензії в кінокритиці також не є винятком. Рецензія, розміщена на вебсайтах відомих газет та журналів, привертає ширшу аудиторію, на протигагу звичній друкованій рецензії, та надає авторові більший простір для самовираження. Адже текст онлайн-рецензії зазвичай відкритий для читачів з усього світу, аудиторія критика є дуже гетерогенною, що дещо ускладнює і проектування ідеального адресата. Інтернет змінює взаємодію між автором і читачем, отже, змінює спосіб міжособистісної комунікації (Yus, 2014: 3). За допомогою сервісів коментування, доступних на вебсайтах і розміщених під більшістю рецензій, читачів залучено до прямого діалогу й обговорення представленої інформації в тексті.

Аналіз досліджень. Однією із цінних і актуальних сьогодні ідей для лінгвістики є позиція Михайла Бахтіна про діалогічну природу людського висловлення: «Наскільки б не було висловлення монологічним (наприклад, науковий або філософський твір), наскільки б воно не було зосереджене на своєму предметі, воно не може не бути деякою мірою і відповіддю на те, що вже було сказано про цей предмет, із цього питання, хоча ця відповідь і не набула чіткого зовнішнього вираження: вона проявиться в обертонах смислу, в обертонах експресії, обертонах стилю, у найтонших відтінках композиції. Висловлення наповнене діалогічними обертонами, без урахування яких неможливо до кінця зрозуміти стиль висловлення. Адже і сама наша думка – і філософська, і наукова, і художня – народжується і формується у процесі взаємодії і боротьби з думками інших, що не може не знайти свого відображення й у формах словесного вираження нашої думки» (Бахтин, 1986: 463).

Нині все більше дослідників погоджуються, що монологічні за формальними ознаками тексти, рецензії зокрема, дедалі більше нагадують діалогічні (Кудинова, 2009: 6). На думку Едди Вайгенд, будь-яке використання мови означає діалогічну взаємодію (Weigand, 2017: 179). Дослідниця вважає, що культурні відмінності не стосуються базових людських потреб, але можуть окреслювати їх

по-різному, наприклад, визначати як звертатися до наших співрозмовників (Weigand, 2017: 181). Досліджуючи взаємодію автора і читача (*reader engagement*) в академічному дискурсі, Кен Хайленд визначає її як простір взаємодії, де автори, вітаючись із читачами, встановлюють з ними контакт, усвідомлюють присутність своїх читачів, переконують їх за допомогою аргументації, зосереджують на чомусь їхню увагу, визнають їхні сумніви в чомусь, залучають їх як учасників дискурсу, спонукають їх до інтерпретацій (Hyland, 2010: 125). Уважаємо, що модель взаємин «автор – читач» у тексті рецензії побудована за схожим принципом.

Про діалогізацію текстів рецензій свідчать деякі маркери безпосереднього звертання до читача із запитанням, порадою тощо, або привертання його уваги до певних важливих питань. Посилення діалогізації в текстах рецензій зумовлене змінами в сучасній критиці, які передбачають відмову від імперативності, уможливають комунікацію на умовах рівноправності й орієнтацію на реципієнта-співдослідника (Говорухина, 2010: 21–22). Незважаючи на монологічну форму рецензії, вважаємо, що рецензенти широко використовують комунікативну тактику діалогу із читачем в тексті, яка втілюється в низці мовленнєвих ходів.

Досліджуючи лінгвокультурні ознаки мовленнєвої поведінки, лінгвісти все більше доходять висновку, що кожна культура демонструє свою специфіку використання мовленнєвих ходів і мовних засобів, які уможливають ефективний вплив на адресата. Уже представлені контрастивні дослідження комунікативних тактик спонукування (Карпова, Морева, 2010), зокрема тактики заклик до відвертості (Верещагин та ін., 1992), на матеріалі російської і німецької мов, зіставні дослідження мовленнєвої тактики розради (Верещагин, Костомаров, 1988), дискурсних стратегій і тактик телепубліцистичного дискурсу на матеріалі російської й англійської мов (Фирстова, 2008) тощо.

У межах лінгвокультурологічних та соціолінгвістичних досліджень вивчають також взаємозв'язок мови і гендеру, культурні ознаки гендеру, особливості мовленнєвої поведінки, зумовлені належністю до певної статі (Spender,

1980; Coates, 1993; Corbett, 1991; Eckert, McConnell-Ginet, 2003; Tannen, 1990). Різноманітні гендерні дослідження використання комунікативних тактик здійснено на матеріалі різних дискурсів (Мартинюк, 2004), відео- й аудіозаписів публічних дискусій (Піщикова, 2003) та художньої літератури (Борисенко, 2003), у ситуаціях конфліктного (Фадеева, 2000) і кооперативного спілкування (Семенюк, 2009).

Мета статті – з'ясувати, чи впливають на вибір моделі мовленнєвої поведінки гендерні та лінгвокультурні характеристики авторів англійських і німецьких онлайн-кінорецензій, наскільки суттєвими є гендерні та лінгвокультурні відмінності у використанні комунікативної тактики діалогу із читачем. Із цією метою визначаємо частотність кожного мовленнєвого ходу в англійських та німецьких текстах рецензентів-жінок та рецензентів-чоловіків, вираховуємо його питому вагу в межах комунікативної тактики діалогу.

Виклад основного матеріалу. Матеріалом дослідження слугує корпус із 500 онлайн-кінорецензій (по 125 жіночих та 125 чоловічих текстів англійською та німецькою мовами), представлених на інтернет-сайтах журналів та газет “Sight & Sound”, “Little White Lies”, “The Guardian”, “The Telegraph”, “The Independent”, “The Sun”, “The Daily Mirror”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung”, “Spiegel”, а також на сайтах critic.de, kinozeit.de, filmrezension.de, www.moviepilot.de, www.kinofans.com тощо.

Розтлумачимо найважливіші терміни, якими послуговуємось у цій розвідці. Під **комунікативною тактикою** розуміємо локальну інтенцію, яку реалізує сукупність мовленнєвих ходів відповідно до ситуативного, соціального і культурного контексту. **Мовленнєвий хід** є одиницею послідовності дій, за допомогою якої безпосередньо здійснюється маніфестація комунікативної тактики на мовленнєвому рівні.

Тактику діалогу із читачем, на нашу думку, реалізують такі мовленнєві ходи (за Галиною Чулановою (Чуланова, 2014)): «зацікавлення темою повідомлення», «експресивне використання знаків пунктуації», «пряме звертання до читача», «порада», «створення ефекту усного мовлення», «солідаризація автора із читачем», «залучення читача до спільних роздумів» та «спонування адресата до дії».

Комунікативна тактика діалогу із читачем демонструє лінгвокультурну відмінність серед найчастотніших ходів (див. Табл. 1): в англійських рецензіях найчастотнішим для обох гендерів був мовленнєвий хід (далі – МХ) «солідаризація автора із читачем» (англійські чоловічі

рецензії (далі – АЧР) – 30,43%, англійські жіночі рецензії (далі – АЖР) – 35,88%; німецькі чоловічі рецензії (далі – НЧР) – 8,84%, німецькі жіночі рецензії (далі – НЖР) – 24,60%) шляхом використання інклюзивних займенників, які, на думку Кена Хайленда (Hyland, 2010: 125), ідентифікують читача як того, хто поділяє думку автора, і посилюють чіткий сигнал у тексті про їхню приналежність до однієї групи: *Up to us to decide which if any of these represent reality.* Mia Madre.

У німецьких рецензіях найчастіше використовували МХ «залучення читача до спільних роздумів» (АЧР – 10,08%, АЖР – 11,45%; НЧР – 35,91%, НЖР – 44,44%) за допомогою риторичного запитання: *Doch jeder wird einmal alt – und was dann?* Mr. Holmes.

Варто зазначити також, що гендерна відмінність у реалізації згаданих МХ менш суттєва в англійській лінгвокультурі, ніж у німецькій: німецькі рецензенти-жінки, на протривагу німецьким рецензентам-чоловікам, значно більше тяжіють до взаємодії із читачем (табл. 1).

Лінгвокультурні відмінності наявні і в питомих вазі МХ «пряме звертання до читача» (АЧР – 24,03%, АЖР – 13,99%; НЧР – 2,76%, НЖР – 3,97%). В англійських рецензіях цей хід має високу питому вагу в комунікативній поведінці обох гендерів, проте рецензенти-чоловіки звертались до читача значно частіше: *The property was acquired, as you may remember, for the view it provides of the Buchanan home in East Egg <...>.* The Great Gatsby.

У корпусі німецьких рецензій цей хід був нечастотним і виявив схожі гендерні показники: *Wenn Sie sich von Ihrem Partner trennen wollen, dann gehen Sie am besten in die schwedische Satire “Höhere Gewalt” <...>.* Höhere Gewalt.

Суттєві гендерні відмінності помітні у використанні МХ «створення ефекту усного мовлення» у німецькій лінгвокультурі (АЧР – 21,32%, АЖР – 18,07%; НЧР – 33,70%, НЖР – 9,92%) – німецькі автори-жінки менш схильні звертатися до розмовних форм порівняно із чоловіками, тоді як в англійській лінгвокультурі гендерна розбіжність щодо створення ефекту усного мовлення значно менша: *Deadpool may not be the best superhero film ever made but, boy oh boy, is it the gutsiest.* Deadpool; *<...> ein Kopffilm, der laut denkt und kontempliert, die Gefühle analysiert und versucht zu verbergen, doch ach, es gelingt ja nicht, denn durch die Risse treten sie alsbald doch hervor.* Fräulein Julie.

Німецькі жінки-рецензенти менш схильні експериментувати з лексикою, використовуючи МХ «зацікавлення темою повідомлення» (АЧР – 5,81%, АЖР – 12,47%; НЧР – 7,73%,

Таблиця 1

**Питома вага використання мовленнєвих ходів тактики діалогу
в англійських та німецьких кінорецензіях обох гендерів**

Мовленнєвий хід (МХ)	Англійські чоловічі рецензії (АЧР)	Англійські жіночі рецензії (АЖР)	Німецькі чоловічі рецензії (НЧР)	Німецькі жіночі рецензії (НЖР)
Солідаризація автора із читачем	30,43%	35,88%	8,84%	24,60%
Залучення читача до спільних роздумів	10,08%	11,45%	35,91%	44,44%
Пряме звертання до читача	24,03%	13,99%	2,76%	3,97%
Створення ефекту усного мовлення	21,32%	18,07%	33,70%	9,92%
Зацікавлення темою повідомлення	5,81%	12,47%	7,73%	2,38%
Експресивне використання знаків пунктуації	5,04%	3,56%	2,76%	1,98%
Спонування адресата до дії	2,52%	2,29%	0,55%	0,40%
Порада	0,78%	2,29%	7,73%	12,30%

НЖР – 2,38%), у порівнянні з англійськими авторками. Що стосується гендерних відмінностей, то варто згадати, що англійські жінки-рецензенти значно частіше за чоловіків вдаються до нестандартних лексичних словосполучень, щоб зацікавити читача: *blink-and-you'll-miss-'em turns; Multi kultimodellfamilienkomödie*.

Кількісні показники використання МХ «експресивне використання знаків пунктуації» не дозволяють говорити про суттєві лінгвокультурні і гендерні відмінності (АЧР – 5,04%, АЖР – 3,56%; НЧР – 2,76%, НЖР – 1,98%), проте англійська лінгвокультура зверталась до цього ходу частіше: *Lousy with A-listers (Kevin Spacey! Demi Moore! Jeremy Irons!) and overstuffed with hand-wringing and psychologising <...> All Is Lost. Sommer, Sonne und eine herrliche (?) Ruhe. Ein Sommer in der Provence*.

Досить рідко обидві лінгвокультури застосовували МХ «спонування адресата до дії» (АЧР – 2,52%, АЖР – 2,29%; НЧР – 0,55%, НЖР – 0,40%), однак англійська лінгвокультура демонструє вищий показник: *By hook or by crook, don't miss The Babadook. The Babadook; Letzten Endes muss man alle Bedenken abstreifen und sich auf die märchenhafte Erzählung einlassen <...> Madame Mallory und der Duft von Curry*.

Найбільш неоднорідно в корпусі проаналізованих рецензій представлено МХ «порада» (АЧР – 0,78%, АЖР – 2,29%; НЧР – 7,73%, НЖР – 12,30%): німецькі рецензенти значно частіше давали прямі поради читачеві щодо доцільності перегляду фільму, на відміну від англійських: *Despite this monstrous vision, it is still possible (and indeed preferable) to read The Witch as a story whose demons lurk largely within the mind. The Witch; Eine Woche früher als besprochen beginnt Matthias' Bruder David seinen Urlaub (sehenswert selbstgefällig: Godehard Giese), begleitet von Ehefrau Lena (Karin Hanczewski). Im Sommer wohnt er unten*.

Висновки. У результаті проведеного аналізу використання комунікативної тактики діалогу із читачем у корпусі англійських та німецьких онлайн-кінорецензій можемо зробити висновок про деякі конвергентні та дивергентні лінгвокультурні та гендерні ознаки мовленнєвої поведінки рецензентів обох лінгвокультур. Найчастотнішим ходом в англійських рецензіях для обох гендерів був МХ «солідаризація автора із читачем», а в німецьких – МХ «залучення читача до спільних роздумів». Також в англійських текстах, на відміну від німецьких, досить поширене пряме звертання до читача. У гендерному зрізі незбіги в реалізації МХ «солідаризація автора із читачем», «залучення читача до спільних роздумів», «створення ефекту усного мовлення» та «порада» менш помітні в англійській лінгвокультурі, ніж у німецькій. Англійські рецензенти – і чоловіки, і жінки – схиляються до написання рецензій у більш розмовному стилі, у німецькій же лінгвокультурі така тенденція більш помітна серед чоловіків. Про схожі гендерні ознаки свідчить нечасте використання спонування адресата до дії, проте наявна певна лінгвокультурна відмінність: в англійських текстах рецензентів обох гендерів МХ «спонування адресата до дії» бачимо частіше. Німецькі рецензенти часто дають поради читачеві, рекомендують або не рекомендують кінострічку до перегляду, тоді як в англійських текстах на пораду ми натрапляли нечасто.

У підсумку зазначимо, що представники німецької лінгвокультури частіше зосереджували свою увагу на залученні читача до спільних роздумів про ідейно-тематичне та філософське підґрунтя фільму. Англійські автори часто вдавались до солідаризації і прямого звертання до адресата, що може свідчити про бажання рецензентів створити більш довірливу атмосферу спілкування та відчуття єдності з аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахтин М. М. Литературно-критические статьи. 1986. 541 с.
2. Борисенко Н. Д. Гендерний аспект репрезентації персонажного мовлення в англійських драматичних творах кінця XX ст. : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2003. 214 с.
3. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Приметы времени и места в идиоматике речемышлительной деятельности. *Язык: система и функционирование* : сборник научных трудов. Москва, 1988. С. 54–61.
4. Верещагин Е. М., Ратмайр Р., Ройтер Т. Речевые тактики «призыва к откровенности». Еще одна попытка проникнуть в идиоматику речевого поведения и русско-немецкий контрастивный подход. *Вопросы языкознания*. Москва, 1992. № 6. С. 82–94.
5. Говорухина Ю. А. Русская литературная критика на рубеже XX–XXI вв. : автореф. дис. ... докт. филол. наук : 10.01.01. Томск, 2010. 42 с.
6. Карпова Н. А., Морева А. В. Коммуникативные тактики побуждения в речевом жанре (на материале административного объявления в русском и немецком языках). *Язык и культура*. Томск, 2010. № 1. С. 24–32.
7. Кудинова Л. В. Автор – текст – аудитория: проблемы диалога в публицистике : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10. Воронеж, 2009. 22 с.
8. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англійському дискурсі. Харків, 2004. 292 с.
9. Піщікова К. В. Стратегії домінування в аргументативному дискурсі: гендерний аналіз (на матеріалі сучасної англійської мови) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2003. 20 с.
10. Семенюк А. А. Гендерні стратегії й тактики в гомогенному інформативному дискурсі. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». 2009. № 17. С. 70–73.
11. Фадеева Е. В. Стратегии и тактики конфликтного дискурса (на материале современного английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Киев, 2000. 194 с.
12. Фирстова Л. А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса (на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 Саратов, 2008. 25 с.
13. Чуланова Г. В. Текст-відгук як спосіб активізації інтересу адресата [Response text as a way to activate the interest of the addressee.]. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Одеса, 2014. № 11. С. 86–88. URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v11/v11-2/27.pdf> (дата звернення: 02.08.2021).
14. Coates J. Women, men and language: a sociolinguistic account of gender differences in language. London ; New York : Longman, 1993. 227 p.
15. Corbett G. Gender. Cambridge, 1991. 231 p.
16. Eckert P., McConnell-Ginet S. Language and gender. Cambridge, 2003. 366 p.
17. Hyland K. Constructing proximity: relating to readers in popular and professional science. *Journal of English for Academic Purposes*. 2010. № 9. P. 116–127.
18. Spender D. Man made language. Routledge, 1980. 253 p.
19. Tannen D. You just don't understand: Women and Men in conversation. New York, 1990. 310 p.
20. Weigand E. The mixed game model: a holistic theory. *The Routledge Handbook of Language and Dialogue* / ed. by E. Weigand. New York, 2017. 390 p.
21. Yus F. Interactions with readers through online specialised genres: Specificity or adaptability? URL: https://www.researchgate.net/publication/263811737_Interactions_with_readers_through_online_specialised_genres_Specificity_or_adaptability (дата звернення 15.01.2022).

REFERENCES

1. Bahtin M. M. Literaturno-kriticheskie stat'i [Literary-critical articles] 1986. 541 p. [in Russian].
2. Borysenko N. D. Hendernyi aspekt reprezentatsii personazhnoho movlennia v anhliiskykh dramatychnykh tvorakh kintsia XX stolittia [Gender aspect of representation of personal speech in English dramatic works of the end of XX century]: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Kyiv, 2003. 214 p. [in Ukrainian].
3. Vereshchagin E. M., Kostomarov V. G. Primety vremeni i mesta v idiomatike rechemyslitel'noj deyatel'nosti [Distinctive marks of time and place in the idiomatics of verbal and cogitative activity]. *Language: system and functioning: sb. nauch. tr.* Moskva, 1988. Pp. 54–61 [in Russian].
4. Vereshchagin E. M., Ratmajr R., Rojter T. Rechevye taktiki "prizyva k otkrovennosti". Eshche odna popytka proniknut' v idiomatiku rechevogo povedeniya i russko-nemeckij kontrastivnyj podhod [Speech tactics of "call for being frank". Another attempt to penetrate into the idiomatics of speech behavior and the Russian-German contrastive approach]. *Topics in the Study of Language*. Moskva, 1992. № 6. Pp. 82–94 [in Russian].
5. Govoruhina Yu. A. Russkaya literaturnaya kritika na rubezhe XX–XXI vekov [Russian literary criticism at the turn of the XX–XXI centuries]: avtoref. dis. ... d-ra. filol. nauk: 10.01.01. Tomsk, 2010. 42 p. [in Russian].
6. Karpova N. A., Moreva A. V. Kommunikativnye taktyki pobuzhdeniya v rechevom zhanre (na materiale administrativnogo obyavleniya v russkom i nemeckomazykah) [Communicative tactics of motivation in the speech genre (on the material of administrative announcement in Russian and German)]. *Language and Culture*. Tomsk, 2010. № 1. Pp. 24–32 [in Russian].
7. Kudinova L. V. Avtor – tekst – auditoriya: problemy dialoga v publicistike [Author – text – audience: problems of dialogue in journalism]: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 10.01.10. Voronezh, 2009. 22 p. [in Russian].

8. Martyniuk A. P. Konstruiuvannia henderu v anhlomovnomu dyskursi [Construction of gender in English discourse.]. Kharkiv, 2004. 292 p. [in Ukrainian].
9. Pishchikova K. V. Stratehii dominuvannia v arhumentatyvnomu dyskursi: hendernyi analiz (na materialy suchasnoi anhliiskoi movy) [Strategies of dominance in argumentative discourse: gender analysis (based on modern English)]: avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Kharkiv, 2003. 20 p. [in Ukrainian].
10. Semeniuk A. A. Henderni stratehii i taktyky v homohennomu informatyvnomu dyskursi [Gender strategies and tactics in homogeneous informative discourse]. *Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka Volyn National University*. Lutsk, 2009. № 17. Filolohichni nauky. Movoznavstvo. Pp. 70–73 [in Ukrainian].
11. Fadeeva E.V. Strategii i taktiki konfliktnogo diskursa (na materiale sovremennogo anglijskogoazyka) [Strategies and tactics of conflict discourse (on the material of modern English)]: diss. ... kand. filol. nauk: 10.02.04. Kiev, 2000. 194 p. [in Russian].
12. Firstova L. A. Diskursivnye strategii i taktiki v ramkah telepublicisticheskogo diskursa (na materiale russkoyazychnyh i angloyazychnyh informacionnyh programm) [Discursive strategies and tactics in the framework of telepublicist discourse (based on the material of Russian- and English-language news programmes)]: avtoref. diss. ... kand. filol. nauk: 10.02.19 Saratov, 2008. 25 p. [in Russian].
13. Chulanova G. V. Tekst-vidguk yak sposib aktivizacii interesu adresata [Review-text as a way to activate the interest of the addressee]. *Scientific Bulletin of the International Humanities University*. Odesa, 2014. № 11. Pp. 86–88. URL: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v11/v11-2/27.pdf> (accessed: 02.08.2021) [in Ukrainian].
14. Coates J. Women, men and language: a sociolinguistic account of gender differences in language. London; New York: Longman, 1993. 227 p.
15. Corbett G. Gender. Cambridge, 1991. 231 p.
16. Eckert P., McConnell-Ginet S. Language and gender. Cambridge, 2003. 366 p.
17. Hyland K. Constructing proximity: relating to readers in popular and professional science. *Journal of English for Academic Purposes*. 2010. № 9. Pp. 116–127.
18. Spender D. Man made language. Routledge, 1980. 253 p.
19. Tannen D. You just don't understand: Women and Men in conversation. New York, 1990. 310 p.
20. Weigand E. The mixed game model: a holistic theory. *The Routledge Handbook of Language and Dialogue* / ed. by E. Weigand). New York, 2017. 390 p.
21. Yus F. Interactions with readers through online specialised genres: Specificity or adaptability? URL: https://www.researchgate.net/publication/263811737_Interactions_with_readers_through_online_specialised_genres_Specificity_or_adaptability (accessed: 15.01.2022).