

**Д.Д. Кучина**

Санкт-Петербургский государственный университет

ЖАНРОВЫЕ ФОРМЫ В НЕМЕЦКО- И РУССКОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

В данной статье проводится анализ теоретических работ как отечественных, так и немецкоязычных исследователей, занимающихся изучением не только традиционных жанров, функционирующих на базе интернет-технологий, но и новых жанровых форм, сформированных благодаря Интернету. В то время как среди отечественных языковедов не прослеживается единства терминологии, немецкоязычные лингвисты единогласны в принятии особого иерархического порядка общения в средствах массовой информации: систему медиа (*Mediensystem*) можно разделить на разные *медиажанры (Mediagattungen)* (печатные СМИ, радио, телевидение, кино, Интернет и т.д.). Они же могут быть разделены на различные форматы (*Formate*) (ежедневная газета, еженедельный журнал, таблоид, блог, подкаст, чат, микроблог и т.д.), а форматы, в свою очередь, могут быть разделены на разные жанры (*Genres*), формы коммуникации (*Kommunikationsformen*), типы текста (*Darstellungsformen*): отчет, комментарий, заметка и т.д. Многие исследователи предприняли попытки построения единой модели интернет-жанра, которая могла бы отвечать постоянно изменяющейся и развивающейся коммуникативной интернет-среде. В данной работе анализу были подвергнуты жанровые модели, предложенные: Л.Ю. Щипициной, Т.В. Шмелевой, Н.Б. Лебедевой, О.В. Лутовиновой, М.В. Китайгородской и Н.Н. Розановой.

Немецкий интернет-дискурс, виртуальные жанры, медиаформат, виртуальная коммуникация, интернет-лингвистика, теория жанров.

Введение

Появление новых медиа требует их всестороннего лингвистического анализа. Как показывает история новых медиа, качественный скачок в использовании текста в электронных СМИ происходит только тогда, когда разрабатываются специфические для СМИ типы текста, позволяющие им отличаться от традиционных. В этом суть гипертекста как нелинейной формы представления, которая требует адаптации к ней способов порождения и рецепции языковых знаков [38].

Лингвистика текста только сейчас начинает обращать внимание на эти форматы коммуникативной практики. Было предпринято несколько попыток классифицировать гипертекстовые шаблоны или предоставить модели для их системного описания (Там же). То же самое верно и для пользователей: существующие знания о характеристиках гипертекста расплывчаты, бессистемны и часто рудиментарны. Как это часто бывает, использование средств массовой информации предшествует его теоретическому и практическому осмыслению.

Развитие интернет-технологий обусловило развитие новых жанров, присущих виртуальной среде. Так, в работах Е.И. Горошко встречается новый термин «виртуальное жанроведение», ставящее своей целью исследовать условия возникновения новых жанровых форм в сети Интернет, их характерные признаки, сходства и отличия [7].

Результаты исследования и их обсуждение: современное состояние интернет-жанров в русско- и немецкоязычной парадигмах

В 2009 году Н.Б. Рогачевой были выделены проблемы нового лингвистического направления, включающие в себя:

- 1) соотношение интернет-жанров с другими традиционными жанрами;
- 2) рассмотрение компонентов жанровой структуры.

Е.И. Горошко в 2007 году выделяла такие проблемы, как:

- 1) проблема четкого определения жанра;
- 2) построение непротиворечивой классификации жанров;
- 3) описание среды функционирования и возникновения виртуальных жанров.

Терминологическая проблема заключается в отсутствии единого термина, который описывал бы жанр. Отечественные ученые-языковеды склоняются к следующим определениям: «виртуальный жанр», фигурирующий в работах О.В. Лутовиновой, Л.Ф. Компанцевой, Е.И. Горошко, «электронный жанр» – придерживаются Е.Н. Вавилова и Л.А. Капаназе, «интернет-жанр» или «коммуникативный сервис интернета» встречаются в работах Е.И. Горошко и Е.А. Жигалиной, «дигитальный жанр» или «цифровой жанр» находят отражение в научных исследованиях Л.Ю. Щипициной.

В немецкой традиции фигурирует такое понятие, как «медиаформат». Понятие *формат* относится к обширному семейству терминов, которые, хотя и происходят из разных теоретических традиций, призваны выполнять одну и ту же основную аналитическую функцию: навести порядок в разнообразии коммуникативных проявлений, а также объяснить социальную координацию. В психологии были предложены термины *Schemata* (схемы) [46] или *Scripts* (сценарии) [44]. Теория коммуникативного действия использует такие термины, как: *Interaktions-Muster* (шаблон взаимодействия), *Prinzipien* (принципы), *Strategien* (стратегии), *pattern* (шаблон, правило) для описания действий и интерпретации субъектов и их координации [41; 47; 42]. В традициях социологической теории, а также в исследованиях коммуникации именно такие термины, как *Gattung* (жанр), *Frame* (фрейм/рамка), *Deutungsmuster* (модель толкования), *Prototyp* (прототип), *Idealtyp* (идеальный образец), используются для воссоздания социальной конструкции реальности [40; 33; 34; 45]. В лингвистике также используется целый ряд различных терминов для создания коммуникативного порядка в разнообразии языковых и текстовых проявлений, таких как *Genre* (жанр), *Darstellungsform* (тип текста), *Textsorte* (тип текста), *Texttyp* (тип текста), *Textmuster* (шаблон текста), *Dialogtyp* (тип диалога) [2; 32; 39; 31]. Особая трудность упорядочивания средств массовой информации или коммуникации в соответствии с конкретными структурами и формами заключается в том, что детализация систем упорядочения не является фиксированной, но может быть реализована гибко. Разграничения между различными уровнями классификации также не являются строго установленными. Порядок и типология устанавливаются для определенных целей и соответственно могут варьироваться в зависимости от цели. Немецкими языковедами выделяется следующий иерархический порядок общения в средствах массовой информации: систему медиа (*Mediensystem*) можно разделить на разные *медиажанры* (*Mediagattungen*) (печатные СМИ, радио, телевидение, кино, Интернет и т.д.). Они же могут быть разделены на различные форматы (*Formate*) (ежедневная газета, еженедельный журнал, таблоид, блог, подкаст, чат, микроблог и т.д.), а они, в свою очередь, могут быть распределены по разным жанрам (*Genres*), коммуникативным формам (*Kommunikationsformen*), типам текста (*Darstellungsformen*): отчет, комментарий, заметка и т.д. Для описания процессов трансформации, охватывающих все средства массовой информации, таких как таблоидизация, глобализация или мультимодальность, требуется иная степень детализации. На самом общем уровне это были бы не жанры средств массовой информации, а функциональные формы, такие как: развлекательные, новостные или формы передачи знаний.

Разделение на три типа медиа: медиажанры (*Mediengattungen*), медиаформаты (*Medienformate*), типы текста (*Darstellungsformen*) и коммуникативные формы (*Kommunikationsformen*) по сравнению с обычным двойным разделением на медиа (*Medien*) и формы коммуникации (*Kommunikationsformen*) имеет преимущество, которое заключается в том, что понятие медиажанра создает предпосылку для того, чтобы

на самом общем уровне не было необходимости использовать технологическое понятие медиа, охватывающее только аспект распространения [36]. Медиажанры понимаются здесь как диспозитивы, в которых объединены производственные, дистрибутивные и рецептивные аспекты [28]. Соответственно жанры СМИ характеризуются тем, что они открывают конкретные возможности для действий и использования, на основе которых различия между жанрами становятся функционально объяснимыми. Таким образом, разница между телевидением и кино на жанровом уровне не только в технике передачи и представления, но и в соответствующих инфраструктурных условиях, социальной функции медиажанра, форме приема, составлении программ и производстве контента [28].

Особенность термина *Format* с точки зрения медиааналитики заключается в том, что он одинаково охватывает аспекты формы, функции и содержания, а также расположен на среднем уровне между макроструктурами медиа и микроструктурами материалов СМИ. Это позволяет, с одной стороны, определять жанры медиа в соответствии с типичными для них форматами, а с другой – функционально дифференцировать расположенные ниже уровня формата коммуникативные формы [28].

Такая промежуточная категория, которую представляет собой понятие формата (*Format*), была предложена для типологических образований различными авторами. Таким образом, Тён ван Дейк различает, с одной стороны, контекстуальные жанры, а с другой – жанры дискурса [48]. При этом контекстные жанры соответствуют тому, что здесь называется форматом, поскольку их можно определить с помощью окружения, участников и их ролей, идентичности и отношений, вида деятельности, в которой они участвуют, и их когнитивной базы: *the setting, the participants (and their roles, identities and relations), the kind of activity engaged in and their cognitive basis* [48]. Им противопоставляются дискурсивные жанры, которые определяются в терминах структур текста или разговора (Там же) и могут пониматься как разновидности типов текста или форм коммуникации. Различие в формах коммуникации, с одной стороны, и коммуникативных жанрах, с другой, также обусловлено основной идеей, согласно которой в медиакоммуникации существуют резервуары с определенным набором функций, которые содержат различные модели коммуникативных действий [30]. Так, чат определяют как форму общения, которая соответствует формату, который, в свою очередь, может иметь различные модели взаимодействия – например, экспертный чат или развлекательный чат. Коммуникативные формы составляют внешнюю основу коммуникативного процесса, коммуникативные жанры – это модели поведения, построенные в общении, которые дают заинтересованным сторонам ориентацию: *Kommunikationsformen bilden den äußeren Rahmen des kommunikativen Geschehens, kommunikative Gattungen sind die in der Kommunikation konstruierten Handlungsmuster, die den Beteiligten eine Orientierung geben* [30].

В дальнейшем, придерживаясь отечественной традиции, мы сконцентрируемся на понятии «жанр» и его разнообразии в медиапространстве.

Существует множество трактовок понятия «интернет-жанр». Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина понимают интернет-жанр как устойчивый тип текста или форму, которую принимают речевые акты в сфере компьютерно-опосредованной коммуникации, или по аналогии уже с существующим определением термина *речевой жанр*, разработанный в рамках Саратовской лингвистической школы: «вербально-знаковое оформление типичной ситуации взаимодействия людей в сети Интернет» [9, с. 105].

Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина придерживаются мнения, что лучше разграничивать понятия «коммуникативный сервис интернета» и «виртуальный жанр». В рамках исследования последнего поднимаются вопросы описания аспектов коммуникации, осуществляемой на определенных платформах Интернета, которые в свою очередь называются коммуникативным сервисом, а потому требуют отдельного рассмотрения согласно некоторым языковедам. В рамках жанровой типологии разрабатываются критерии, на основе которых осуществляется классификация и упорядочение всех речевых видов. В эволюционном контексте проводится изучение способностей адаптации бумажных жанров к интернет-пространству, а также возникновение новых форм [17; 14]. В рамках лингво-философского направления виртуальный жанр рассматривается и как лингво-философская категория, и как модифицированный речевой жанр, который в свою очередь изучается с когнитивно-прагматической точки зрения формирования личности [14; 22; 4]. Ряд исследователей рассматривает сами платформы, служащие условием реализации коммуникации между пользователями интернет-сети, в качестве виртуальных жанров [7; 11; 19; 29]. Важно отметить, что активная деятельность ученых, направленная на изучение того или иного сервиса, обусловлена его распространенностью и частотностью использования определенной платформы пользователями интернет-сети для коммуникации. Например, языковеды занимали вопросы функционирования чатов и форумов [1; 16; 18]. Множество работ посвящается рассмотрению блога как виртуального жанра [17; 20; 35].

Коммуникативно-динамические изменения виртуальных жанров привели к появлению новых жанровых форм: конвергентные, гибридные, мутированные. Конвергентные жанры, как правило, обязаны своему появлению постоянно развивающейся глобальной сети Интернет и представляют собой коммуникативное пространство, ограниченное рамками одной платформы, но включающее различные виды интернет-жанров. Им противопоставлены гибридные жанры, имеющие бумажный аналог. Примером может послужить современный блоггинг, заменяющий привычную форму ведения дневника. Мутированные жанры нельзя отнести ни к тем, которые имеют бумажный аналог, ни к тем, которые появились благодаря интернет-сервисам. Зачастую довольно сложно установить причину их возникновения. К таковым, например, относятся мультипользовательские миры – текстовая компьютерная игра, взаимодействие игроков происходит посредством общего чата [8].

Помимо этого, в современной теории жанроведения фигурируют следующие термины: гипержанр и

субжанр [23]. Гипержанр (ГЖ) включает в себя несколько жанров, тогда как под субжанром понимается одноактное высказывание [23]. Гипержанром является многокомпонентное событие действительности, например, можно выделить «дружеское общение» в отдельный ГЖ, который включает в себя «разговор по душам», «болтовню» и т.д. Субжанры представляют собой набор тактик, используемых участниками коммуникации в процессе диалога.

Виртуальное жанроведение было выделено в отдельное направление в рамках интернет-лингвистики в результате исследований жанровой системы интернет-коммуникации, что позволило рассматривать жанровый подход как один из тех, которые используются в изучении нового вида коммуникации и функционируют в интернет-сети. Е.И. Горошко и Е.А. Жигалина придерживаются мнения, что новые виды жанров, хотя и уходят корнями в закрепившуюся в языкознании теорию жанров, но все же являются новым лингвистическим направлением, которое появилось сравнительно недавно и является объектом изучения многих как отечественных, так и зарубежных языковедов.

Выводы

1. Многочисленными исследователями-языковедами предпринимались попытки выявления, обоснования и закрепления терминологии нового лингвистического направления, занимающегося изучением интернет-пространства.

2. Среди отечественных ученых до сих пор не существует общепринятых понятий и устоявшейся терминологии, которая описывала бы все многообразие языковых и внеязыковых явлений, фигурирующих в интернет-среде.

3. Зарубежными языковедами предлагается трехуровневая система анализа медиaproстранства, состоящая из анализа медиажанров, форматов и типов текста.

Помимо терминологической проблемы, одной из центральных проблем виртуального жанроведения является классификация и описание интернет-жанров. По этой причине считаем обоснованным посвятить следующий раздел описательным моделям, служащим ориентиром при классификации новых, распространенных в сети Интернет жанров.

Описательная модель как инструмент анализа жанра

Многими исследователями были предприняты попытки в построении единой модели интернет-жанра, которая могла бы отвечать постоянно изменяющейся и развивающейся коммуникативной интернет-среде.

Анализ жанров, как правило, осуществляется на трех уровнях: стилистическом, семантическом и прагматическом. Таким образом, каждому из уровней соответствует определенный диапазон исследований. На стилистическом уровне большее значение имеет языковое воплощение, а на семантическом «диктуемое содержание, прагматический уровень включает в себя: цель, образ автора, образ адресата, прошлого и будущего» [26, с. 238].

Несмотря на несовпадение взглядов ученых-языковедов на классификацию речевых жанров, дальней-

шие исследования и попытки создания теории виртуального жанроведения при соблюдении общего подхода к описанию жанров с семантико-стилистической и прагматической точек зрения могут открыть новое видение на проблему описания компьютерно-опосредованной коммуникации с помощью жанровой классификации. «Речевые жанры, выделенные данным языком, являются... одним из лучших ключей к культуре данного общества» [5, с. 111].

М.М. Бахтин полагал, что «человеческая речь в типичных ситуациях представляет собой готовые формы речевых жанров, которые даны нам почти так же, как родной язык. Типическими для речевых жанров являются: коммуникативная ситуация, экспрессия и экспрессивная интонация, объем (приблизительная длина речевого целого), концепция адресата и наадресата» [2, с. 445]. Высказыванием, согласно М.М. Бахтину, является «предложение, погруженное в ситуацию общения и наполненное многими коммуникативными смыслами, которых лишено абстрактное предложение» [10, с. 34]. «Речевые жанры являются типической формой высказываний: каждое отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые и называются речевыми жанрами» [2, с. 445].

В настоящее время выдвинутые Бахтиным идеи получают новое осмысление в работах, посвященных современному жанроведению. Например, Т.В. Шмелева составила «Анкету речевого жанра» для описания и систематизации речевых жанров, которая включает в себя следующие пункты:

«Коммуникативная цель;
Концепция автора;
Концепция адресата;
Событийное содержание;
Факторы коммуникативного прошлого и будущего;
Языковое воплощение» [10, с. 111].

Анкета речевых жанров создавалась Т.В. Шмелевой в качестве дедуктивной модели. Позже она была апробирована на практике другими учеными и претерпела некоторые изменения. Н.Б. Лебедева в результате работы над жанрами естественной письменной речи модернизировала модель, предложенную Т.В. Шмелевой, в коммуникативно-семиотическую модель, для которой главными стали следующие критерии:

«Адресант;
Коммуникативно-целевой фациент;
Адресат;
Объект коммуникации (включает содержательную сторону коммуникации и языковое воплощение);
Графико-пространственный параметр;
Орудие и средство;
Субстрат, материальный носитель знака;
Носитель субстрата;
Среда;
Время восприятия знака;
Фациент “Ход коммуникации”;
Фациент “Социальная оценка”» (Там же, с. 113).

Термином «фациент» Н.Б. Лебедева обозначает все элементы коммуникативной ситуации, результатом которой является естественная письменная речь [15].

М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова предложили альтернативу дедуктивной модели [13], разработав на основе представлений о функциях языка, по Р. Якобсону, эмпирически-индуктивную модель жанров. Как и Р. Якобсон, приравнивавший функции языка к пяти компонентам ситуации общения, исследовательницы сводят выделенные ими компоненты к тем же, которых придерживался Р. Якобсон [27]. Из всего многообразия параметров для классификации жанров выделяются четыре группы: время, место, партнеры коммуникации и тема.

К.Ф. Седов полагает, что дискурс должен делиться на составные части в рамках социальной сферы, где происходит коммуникация [23]. Таким образом, «иерархическая система жанров может быть заимствована в виртуальное жанроведение» (Там же, с. 33). О.В. Лутовинова, указывая на разнородность характеристик, используемых при выделении жанров, предлагает признать многослойность виртуального дискурса и, вместе с тем, различие в параметрах, устанавливаемых современными лингвистами для описания и структурирования новых жанров в интернет-сети.

О.В. Лутовинова в отношении выделенных ею речевых критериев – структурности и композиционности – руководствуется определением жанров Бахтина, говоря о типе высказывания, отличающемся своей смысловой целостностью и законченностью, а также вписывающемся в определенную «типическую ситуацию». Такого рода жанры характеризуются ею как дискурсообразующие. В основе выделения дискурсообразующих жанров лежат критерии структурности и композиционности. Примерами дискурсообразующих жанров являются: чат, форум, блог и т.д. Они обладают рядом критериев:

Характер направленности на адресата (персональный или массовый);

Временная ориентация (синхронность или асинхронность);

Степень интерактивности (низкая – средняя – высокая);

Регламентированность (композиция и содержание);

Принцип взаимодействия [17].

Помимо этой группы, она различает также дискурсоприобретенные жанры, т.е. устойчивые типы высказываний, использующиеся в определенных формах общения, обусловленных техническими параметрами цифровой среды. Так, исследовательницей выделяются флуд, спам и т.д.

Л.Ю. Щипицина предлагает при исследовании компьютерно-опосредованной коммуникации опираться на следующие критерии: «прагматический (зачем, кто, кому, где), медийный (на базе какого интернет-сервиса или технического носителя информации), структурно-семантический (порядок распределения информации в рамках одной платформы), стилистико-языковой (используемые языковые средства)» [25, с. 172]. К медийным параметрам относится прежде всего интерфейс, т.е. порядок распределения данных на экране, расположение сообщений (внизу, вверху), размер текста, возможность добавления индексных знаков и цитирования [35]. Помимо вышеперечислен-

ных параметров, определяющих специфику виртуальных жанров, выделяют: гипертекстуальность, интерактивность, мультимодальность [25].

В дальнейших исследованиях планируется проведение анализа речевых жанров интернет-комментария в немецкоязычном медиадискурсе по модели, предложенной Т.В. Шмелевой.

Выводы

1. Предложенные модели можно распределить на следующие классы: дедуктивный, коммуникативно-семиотический, эмпирически-индуктивный, дискурсообразующий.

2. Дедуктивная модель является первоосновой для всех последующих, дополняющих ее.

3. Для каждой вышепредставленной модели характерны следующие черты: коммуникативная цель, концепции адресанта и адресата, диктум, композиционно-стилистическое и языковое оформление. Отличия состоят в том, что некоторые из моделей выделяют в качестве отдельных характеристик: временной интервал (асинхронный и синхронный), графико-пространственный параметр или место коммуникации.

Заключение

Так, в настоящем исследовании были проанализированы различные точки зрения не только отечественных лингвистов в отношении организации речевых жанров в сети Интернет, но и зарубежных ученых, что может открыть новые перспективы в исследованиях виртуального жанроведения.

При описании современных жанров важно также учитывать технологический фактор, так как именно развитие компьютерных технологий обеспечивает возможность появления новых программ, служащих коммуникативным целям.

Литература

1. Амурская, О. Ю. Изоморфизм и алломорфизм вербально-семантического уровня языковой личности русскоязычного и немецкоязычного чат-коммуниканта: на материале чатов общей тематики : специальность 10.02.20 : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Амурская О. Ю. – Казань, 2008. – 194 с.
2. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – Москва : Искусство, 1986. – С. 445.
3. Вавилова, Е. Н. Жанровая классификация дискурса телеконференций Фидонет : специальность 10.02.02 «Русский язык» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Вавилова Е. Н. – Томск, 2001.
4. Горный, Е. А. Виртуальная личность как жанр творчества / Е. А. Горный. – Москва : Новое литературное обозрение, 2009.
5. Вежбицкая, А. Речевые жанры / А. Вежбицкая // Жанры речи. – Саратов : Издательство ГосУНЦ «Колледж», 1997. – Вып. 1. – С. 99–111.
6. Горошко, Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы / Е. И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Орел : Карпуш, 2007. – Вып. 5. – С. 223–237.
7. Горошко, Е. И. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области / Е. И. Горошко // Жанры речи. – 2007. – № 5. – С. 370–389.
8. Горошко, Е. И. К построению типологии жанров социальных медий / Е. И. Горошко, Т. Л. Полякова. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-postroeniuyu-tipologii-zhanrov-sotsialnyh-mediy-1> (дата обращения: 09.06.2023). – Текст : электронный.
9. Горошко, Е. И. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное / Е. И. Горошко, Е. А. Жигалина // Вопросы психолингвистики. – 2010. – № 12. – С. 105–123.
10. Дементьев, В. В. Изучение речевых жанров. Обзор работ в современной русистике / В. В. Дементьев // Вопросы языкознания. – 1997. – № 1. – С. 109–121.
11. Денисов, А. В. Вебсайт как жанр Интернет-коммуникаций (на материале региональных телекомпаний) / А. В. Денисов // Лингвистический ежегодник Сибири. – Красноярск : Красноярский ГУБ, 2004. – С. 184–193.
12. Капаназе, Л. А. Структура и тенденции развития электронных жанров / Л. А. Капаназе // Сборник статей к 80-летию М. В. Панова. – Москва : Языки славянской культуры, 2001. – С. 246–255.
13. Китайгородская, М. В. К характеристике жанра современной эпиграфии в социокультурном аспекте / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – Саратов, 2007.
14. Компанцева, Л. Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подход / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Знание, 2008.
15. Лебедева, Н. Б. Жанры естественной письменной речи / Н. Б. Лебедева // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – Москва, 2007. – С. 116–123.
16. Литневская, Е. И. Психолингвистические особенности Интернета и некоторые языковые особенности чата как исконно сетевого жанра / Е. И. Литневская, А. П. Бакланова // Вестник МГУ. Серия Филология. – 2005. – № 6. – С. 46–61.
17. Лутовинова, О. В. Докоммуникативные лингвистические релевантные средства самопрезентации языковой личности в виртуальном дискурсе / О. В. Лутовинова // Мир науки, культуры, образования. – 2013. – № 2 (39). – С. 236–240.
18. Овчарова, К. В. Компьютерные чаты в Интернет-коммуникации: содержание и особенности функционирования : специальность 10.02.19 «Теория языка» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Овчарова К. В. – Краснодар, 2008.
19. Рогачева, Н. Б. Новые приоритеты в русском Интернет-общении : на материале жанра блога / Н. Б. Рогачева // Жанры речи: сборник научных статей. – Саратов : Наука, 2007. – Вып. 5. – С. 389–403.
20. Рогачева, Н. Б. Язык и стиль вторичных речевых жанров: на материале интернет-общения / Н. Б. Рогачева // Жанры речи. – 2009. – № 6. – С. 127–149.
21. Розанова, Н. Н. Сфера религиозной коммуникации: храмовая проповедь / Н. Н. Розанова // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация. – Москва, 2003. – С. 341–363.
22. Селютин, А. А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности / А. А. Селютин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 35 (173), вып. 37. – С. 138–141.
23. Седов, К. Ф. Языкознание. Речеведение. Генристика / К. Ф. Седов // Жанры речи : сборник научных статей. – Саратов : Наука, 2009. – Вып. 6. Жанр и язык. – С. 23–40.
24. Шмелева, Т. В. Речевой жанр. Возможности описания и использования в преподавании языка / Т. В. Шмелева // Русистика. Научный журнал актуальных проблем преподавания русского языка. – 1990. – № 2. – С. 20–32.
25. Щипицина, Л. Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции / Л. Ю. Щипицина. – Архангельск : Поморский университет, 2009. – С. 171–178.

26. Щипицина, Л. Ю. Жанры компьютерноопосредованной коммуникации / Л. Ю. Щипицина. – Архангельск : Поморский университет, 2009.
27. Якобсон, Р. Избранные работы / Р. Якобсон. – Москва, 1985.
28. Bucher, H. Tabloid versus Broadsheet: Wie Zeitungsformate gelesen werden. *Media Perspektiven* 10 / H. Bucher, P. Schumacher, 2007.
29. Crystal, D. *Language and the internet* / D. Crystal. – Cambridge University Press, 2006.
30. Dürscheid, Ch. Medien, Kommunikationsformen, kommunikative / Ch. Dürscheid. – *Gattungen*, 2005. – URL: https://www.researchgate.net/publication/26402555_Medien_Kommunikationsformen_kommunikative_Gattungen (дата обращения: 09.06.2023). – Текст : электронный.
31. Fairclough, N. *Media Discourse*, London u.a. *Analyzing Discourse. Textual Analysis for Social Research* / N. Fairclough. – London/New York, 2003.
32. Fritz, G. *Handbuch der Dialoganalyse* / G. Fritz, F. (Hg.) Hundsnerscher. – Tübingen, 1994.
33. Goffman, E. *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen* / E. Goffman. – Frankfurt a. M., 1977.
34. Günthner, S. *Gattungen als Muster kommunikativen Handelns* / S. Günthner, H. Knoblauch. – *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 46, 1994. – S. 693–723.
35. Herring, S. C. *Computer-Mediated Discourse* / S. C. Herring // Schiffrin, D. *The Handbook of Discourse Analysis* (Blackwell Handbooks in Linguistics), 2001. – 215 p.
36. Habscheid, S. *Medium in der Pragmatik. Eine kritische Bestandsaufnahme*, *Deutsche Sprache* 28/1, 2000. – S. 126–143.
37. Halliday, M. *An introduction to functional grammar* / M. Halliday. – London, 2004.
38. Jakobs, E. M. *The Evolution of Web-Site Genres*. In book: *Language and New Media. Linguistic, Cultural, and Technological Evolutions* / E. M. Jakobs. – Publisher: Hampton Press, 2009. – P. 349–350.
39. Kurz, J. *Stilistik für Journalisten* / J. Kurz. – Wiesbaden, 2000.
40. Luckmann, T. *Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen*, in: Friedhelm Neidhard/Rainer M. Lepsius/Johannes Weiss (Hg.), *Kultur und Gesellschaft*, René König, dem Begründer der Sonderhefte, zum 80. Geburtstag gewidmet (Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie Nr. 27) / T. Luckmann. – Opladen, 1986. – S. 191–211.
41. Münch, R. *Soziologische Theorie, Band 2: Handlungstheorie* / R. Münch. – Frankfurt a. M./New York, 2002.
42. Renckstorf, K. (Hg.). *Action Theory and Communication Research. Recent Developments in Europe. Communications Monograph 3* / K. (Hg.) Renckstorf. – Berlin, 2004.
43. Sandig, B. *Textstilistik des Deutschen* / B. Sandig. – Berlin/New York, 2006.
44. Schank, C. *Scripts, plans, goals and understanding. An inquiry into human knowledge structures* / C. Schank, R. Abelson. – Hillsdale, 1977.
45. Scheufele, B. *Frames – Framing – Framing-Effekte. Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion* / B. Scheufele. – Wiesbaden, 2003.
46. Schnotz, W. *An integrated Model of Text and Picture Comprehension*, in: Richard E. Mayer (Hg.), *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning* / W. Schnotz. – New York, 2005. – S. 49–69.
47. Schröder, T. *Die Handlungsstruktur von Texten. Ein integrativer Beitrag zur Texttheorie* / T. Schröder. – Tübingen, 2003.
48. Van Dijk, T. A. *Discourse and Context. A Sociocognitive Approach* / T. A. Van Dijk. – Cambridge, 2008.

D.D. Kuchina

GENRE FORMS IN THE GERMAN- AND RUSSIAN-SPEAKING INTERNET SPACE

This article analyzes the theoretical works of both Russian-speaking and German-speaking researchers engaged in the study of not only traditional genres operating on the basis of Internet technologies, but also new genre forms formed thanks to the Internet. While there is no unity of terminology among Russian linguists, German-speaking linguists are unanimous in adopting a special hierarchical order of communication in the media: the media system (Mediensystem) can be divided into different media genres (Mediagattungen) (print media, radio, television, cinema, Internet, etc.). They can also be divided into various formats (Format) (daily newspaper, weekly magazine, tabloid, blog, podcast, chat, microblog, etc.), and they, in turn, can be divided into different genres (Genres), communicative forms (Kommunikationsformen), presentation forms (Darstellungsformen): report, comment, note, etc. Many researchers have made attempts to build a unified model of the Internet genre that could meet the constantly changing and developing communicative Internet environment. This paper analyses genre models proposed by L.Yu. Shchipitsina, T.V. Shmeleva, N.B. Lebedeva, O.V. Lutovinova, M.V. Kitaygorodskaya and N.N. Rozanova.

German Internet discourse, virtual genres, media format, virtual communication, Internet linguistics, genre theory.