

УДК 811.161.1'06

DOI: 10.26907/2782-4756-2022-70-4-44-50

## СИСТЕМА ЖАНРОВ СЕТЕВОЙ РЕЧИ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ЦИФРОВОМ ДИСКУРСЕ

© Ирина Дебердиева

## THE SYSTEM OF NETWORK SPEECH GENRES IN THE RUSSIAN- LANGUAGE DIGITAL DISCOURSE

Irina Deberdieva

The article is devoted to the problem of network genres' consistency, their classification and the identification of network texts' general and specific features. The purpose of the work is to describe the system of network speech genres in the Russian-language network discourse. Internet discourse is defined as a special semiotic system, a network language that serves various spheres of human activity and is implemented in network speech in relatively stable types of utterances – network genres. The article identifies, analyzes and classifies generic and specific features of network genres. According to the type of content, network genres can be divided into primary and secondary; from the point of view of temporary communicative modality, we distinguish the genres of instant response and the genres of deferred feedback; according to the type of formal evaluation, the genres of single and bigeminal formal evaluation communication are identified.

The generic defining features of network genres, arising from the tasks and specifics of network communication, are their versatility, multi-channel character and their ostensibly inferential principle. We should consider network genres to be a separate system of speech genres due to the fact that all the features of the genre system have pronounced specificity in the new digital discourse. The digital age generates a special genre thinking, dictating new rules of communication and genre design of texts.

*Keywords:* Internet discourse, network language, network speech, speech genre, network genres, network communication

Статья посвящена проблеме системности сетевых жанров, их классификации, определению общих и специфических особенностей сетевых текстов. Целью работы является описание системы жанров сетевой речи в русскоязычном сетевом дискурсе. Интернет-дискурс определяется как особая семиотическая система, сетевой язык, обслуживающий различные сферы деятельности человека и реализующийся в сетевой речи в относительно устойчивых типах высказываний – сетевых жанрах. Выявлены и проанализированы родовые и видовые особенности сетевых жанров, предпринята попытка их классификации. По типу контента (содержания) сетевые жанры можно разделить на первичные и вторичные; с точки зрения временной коммуникативной модальности следует выделить жанры мгновенного ответа и жанры отложенного отзыва; по типу формальной оценки – жанры одиночной и бигеминальной формально-оценочной коммуникации. Родовыми определяющими особенностями сетевых жанров, вытекающими из задач и специфики сетевой коммуникации, являются многосторонность, многоканальность и ostensibly-инференционное начало. Сетевые жанры необходимо выделить в отдельную систему речевых жанров в связи с тем, что все признаки жанровой системы в условиях нового цифрового дискурса имеют ярко выраженную специфику. Цифровая эпоха порождает особое жанровое мышление, диктует новые правила коммуникации и жанрового оформления текстов.

*Ключевые слова:* интернет-дискурс, сетевой язык, сетевая речь, речевой жанр, сетевые жанры, сетевая коммуникация

Цифровизация общества имеет характер глобального процесса, который порождает новые способы и средства удовлетворения коммуникативных и информационных потребностей, воплощаясь во «вторичной моделирующей систе-

ме» (по Ю. Лотману). Такой системой является Интернет-дискурс – особая семиотическая система, сетевой язык, обслуживающий различные сферы деятельности человека и реализующийся в сетевой речи. Между тем любая система, со-

гласно законам увеличения степени идеальности системы, неравномерного развития частей системы, перехода с макро- на микроуровень (по Г. С. Альтшуллеру), эволюционирует. Дискурс реагирует многомерной систематизацией и кристаллизацией речевых жанров.

Согласно М. М. Бахтину, «каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы» высказываний – речевые жанры [1, с. 159]. Жанр – «важнейший фактор текстообразования, определяющий структуру текста» и его прагматику [2]. Определяющим признаком речевого жанра является его диалогичность, другие главные признаки речевого жанра – целеполагание, завершенность, связь с определенной сферой общения.

Сетевые жанры, естественно формируясь, диктуют участникам сетевого общения набор правил речевого поведения как залог успешной коммуникации. Знание схем построения речевых жанров в определенной коммуникативной сфере «дает возможность адекватно реагировать на коммуникативные действия партнеров и в итоге достигать намеченных коммуникативных целей» [3, с. 233]. В онлайн-среде действуют особые принципы отбора и использования речевых средств, которые способствуют достижению специфических задач – задач мгновенной и отложенной электронной коммуникации, имеющей полилогичный, групповой характер, и самопрезентации в медиaprостранстве (страницы в социальной сети, блогинг и др.). Среди задач можно выделить быстрое потребление информации, одновременное общение в нескольких чатах (полилогичность речи), возможность мгновенной обратной связи, когда адресант и адресат равноправны и могут меняться ролями. Языковой стиль как набор средств включает графику (фото, инфографику, «мемы» и др.), аудио- и видеоконтент, гипертекст как систему ссылок и др. [4, с. 24], сетевой этикет (нетикет), отличающийся «гипертолерантностью» (по Н. Э. Гронской). Проявление особенностей устной разговорной и жаргонной речи в письменной на всех уровнях (написание как произношение, ненормативное словообразование, использование сленга, арго, полимодальная «медиаграмматика» и синтаксис) – характерная черта сетевой речи [Там же, с. 25–26].

Сетевые жанры (здесь – жанры сетевой речи) по типу контента (содержания) можно разделить на первичные и вторичные жанры. К первичным жанрам сетевого языка можно отнести пост (публикацию), галерею, видеоролик, трансляцию, комментарии UGC (User-generated content), форум, чат. Среди вторичных жанров следует

выделить следующие: блог (канал), электронный дневник, статья. К супержанру как жанровой надсистеме можно отнести медиаплатформы (*Яндекс.Дзен*, *Блоги@MAIL.ru* и др.), социальные сети (*ВКонтакте*, *Мой мир@MAIL.ru*, *Одноклассники* и др.), видеохостинги (*TikTok*, *Youtube*, *RuTube*).

С точки зрения временной коммуникативной модальности среди сетевых жанров следует выделить жанры мгновенного ответа, предполагающие общение в реальном времени (чат, трансляция, комментарии), и жанры отложенного отзыва (пост, галерея, видеоролик, блог, статья, электронный дневник, медиаиздание).

Между тем сетевая коммуникация, как и любой другой вид коммуникации, процесс двусторонний, в данном случае следует говорить о групповом, многостороннем характере общения, не ограниченном по количеству участников. Многосторонность может достигаться как непосредственным включением в общение новых равноправных коммуникантов, так и возможностью обратного ответа в форме оценки, отражающей восприятие пользователя. Возможность оценки сетевой публикации (система лайков и дизлайков) – общая черта всех сетевых текстов в семиотическом понимании этого слова. Такой тип коммуникации можно обозначить как одиночную (со стороны адресата) формально-оценочную коммуникацию (пост, статья), в то время как чаты и форумы предполагают бигеминальную (парную, двустороннюю) формально-оценочную коммуникацию в рамках полилога. Таким образом, другим критерием разграничения сетевых жанров является одиночность / бигеминальность формальной оценки.

Другой важнейшей родовой чертой сетевых жанров считается многоканальность, разнообразие контента. Так, статья может включать текст, изображения, гиперссылки, виджеты.

Характерной особенностью сетевых жанров является также наличие элементов, обеспечивающих остенсивно-инференционную коммуникацию. Такая коммуникация предполагает информативное и коммуникативное намерения одновременно: намерение информировать адресата о чем-либо и намерение информировать его же об этом информативном намерении [5]. Интересы владельца аккаунта-пользователя сети определяются автоматически рядом отработанных алгоритмов, что отражается в лентах рекомендаций – подборок публикаций на релевантные темы. Релевантность – в широком смысле – мера соответствия получаемого результата желаемому, соответствия результатов поиска поставленной задаче. Такое понятие релевантности корре-

лирует с пониманием, принятым в когнитивной лингвистике. Согласно теории релевантности Д. Спербера и Д. Уилсона под остенсивностью нужно понимать действие, реализующее «явное намерение сделать что-то явным» [6, с. 129]. Остенсивно-инференционными стимулами являются, например, теги, виджеты на странице канала, карточки предварительного просмотра, RSS-ленты.

Карточки предварительного просмотра, как было сказано выше, являются элементами публикаций. Нажав на карточку, пользователь переходит к полной версии материала на канале или сайте-источнике. Между тем в сети в сфере авторских блогов возникает такое явление, как *кликбейт*, – оформление карточки публикации, обманывающее ожидания пользователей.

Остенсивно-инференционным элементом и одновременно специфическим сетевым жанром, обладающим способностью к неограниченному воспроизведению в других жанровых формах, представляется UGC (User-generated content) – контент, который создают посетители сайта (отзывы и комментарии).

Рассмотрим основные сетевые жанры.

*Пост* – короткая заметка, которую можно просмотреть в ленте социальной сети или медиаплатформы, не открывая канал.

*Статья* – основной тип публикаций, может включать текст, изображения, гиперссылки, виджеты (небольшие информативные блоки в теле статьи), публикации из социальных сетей, видео, музыкальный трек или опрос. Сопровождать публикацию (статью) может визуальный контент (фотографии, рисунки, изображения, видео). Теги – это ключевые слова в теле публикации. По ним можно найти другие публикации с такими же тегами, а по уникальным авторским тегам – другие публикации конкретного канала. Для обозначения тега в теле статьи используется символ #, например #традицииисовременность, #мппу.

*Галерея* – публикация, которая состоит из изображений и подписей к ним. Галереи можно пролистывать непосредственно в ленте медиаплатформы или социальной сети. Галерея включает визуальный контент: фотографии, рисунки, изображения, видео (преимущественно горизонтальные видео, в том числе с субтитрами), ролик (короткое вертикальное видео). Особым показателем рентабельности видеопубликации является глубина просмотра. Она отражает поведение пользователей при просмотре видео: до какого фрагмента сохраняется интерес и когда он начинает ослабевать.

*Трансляция* – это прямой эфир для общения блогера с аудиторией. Трансляция отображается как виджет на странице канала или карточка в ленте рекомендаций. Для отображения успешности трансляции введено понятие «вовлеченные зрители» – пользователи, которые проводят в прямом эфире больше 10 минут.

*Ролик* – короткое вертикальное видео длительностью от 10 секунд до 2 минут.

UGC (User-generated content) – контент, который создают посетители сайта (отзывы и комментарии). Это комментарии-пояснения к тексту, рассуждения, замечания или собственное мнение, ИМХО. ИМХО – слово, выражающее субъективность говорящего, близко по значению вводному слову *по-моему* или словосочетанию *на мой взгляд*. От английской аббревиации ИМНО – *in my humble opinion* ‘по моему скромному мнению’. Синонимично «личное мнение», «убеждение» [7]. Если главный принцип классического речевого этикета – паритетность, то принципом нетикета можно считать приоритетность ИМХО в общении. Существенной чертой грамотно составленного комментария является наличие обращения – к оппоненту на форуме обсуждений или автору поста.

*Чат* (англ. to chat ‘болтать’) – средство и форма групповой коммуникации, обмена сообщениями по компьютерной сети в режиме реального времени. Характерной особенностью чата является коммуникация в реальном времени или близкая к этому, что отличает чат от форумов и других «медленных» средств [8].

*Блог* (канал) – один из «неформальных, дискуссионных, наиболее явно и ярко совмещающих письменное и разговорное начало жанров, наряду с форумом, чатом, электронным дневником, для которых характерна спонтанность речи» [9, с. 24]. Коммуникация в блогах организована вокруг личной странички пользователя, стилистика блога лежит в диапазоне «от гладкого художественного или публицистического текста до нескольких бессвязных слов» [10, с. 98]. Большой толковый словарь русского языка под редакцией С. А. Кузнецова дает узкое, устаревшее понимание блога как «интернет-дневника» – «дневниковые записи, создаваемые на персональной странице в Интернете в расчете на сторонних читателей, которые могут оставлять свои комментарии, вступать в спор и т. п.» [11]. Но, по мнению современных блогеров, блогинг – это деятельность, направленная на привлечение заинтересованной аудитории на какой-либо ресурс за счет вовлекательного контента с высокой частотой публикаций. Так, рентабельность блога определяется в том числе таким показателем, как

DAU (Daily active users) – числом уникальных посетителей канала или публикации в день. При этом аудиторией канала считается совокупность уникальных посетителей, дочитавших или просмотревших любой из материалов канала до конца. Задача блогера – вовлечь пользователя в контент и удержать его внимание до последнего слова публикации или последней секунды ролика. Количество подписчиков – важнейший показатель успешности канала. Подписчиками являются пользователи, подписывавшиеся на каналы и источники, чтобы следить за их обновлениями в своей ленте.

Блог может включать один или множество типов контентов, таких как статья, визуальный контент, галерея, трансляция, гиперссылки, а также UGC (User-generated content)-комментарии.

Как и в классическом публицистическом тексте, особую роль играет заголовок блога, который привлекает внимание читателей и «заманивает» их на канал. Заголовок блога отражается в особой форме – в виде карточки предварительного просмотра, которая отображается в ленте рекомендаций. Включает также небольшое описание (зачин) и изображение или стоп-кадр из видео. Кроме того, помогают выйти на статью (по рекомендациям ленты) теги – ключевые слова, которые можно указать для материала перед его публикацией, тоже являющиеся, таким образом, компонентом блога. Специфика блогов как жанра интернет-дискурса является следствием задач электронной коммуникации и самопрезентации в интернет-пространстве. Следует отметить, что подавляющее большинство блогеров, ведущих тематические страницы, не являются профессионалами в освещаемой области и работают анонимно, под определенным никнеймом («Какой смысл», «Мудрая Тереза», «Китайский советник», «Звезда Журналист» и др.). Но встречаются также авторы, позиционирующие себя как профессионалы (например, «Записки актера», «Сельский учитель»), а также блоги медиаизданий («Популярная механика», «Fishki.Net», «Газета.Ru», «Cosmopolitan Russia»). При этом основой контента блогов чаще всего является пост в социальной сети публичного лица (известного актера или общественного деятеля) или «рандомно» (случайным образом) выбранная цитата, исторический факт, кинофильм или литературное произведение – в целях «раскрытия», «пояснения смысла». Частотным контентом блогов являются также рерайтинг (переработанные исходные тексты) и контентный спам – материалы, которые содержат автоматически сгенерированные или написанные по шаблону тексты и др.

Супержанры (медиаплатформы, видеохостинги и социальные сети) представляют собой дискурсную надсистему в рамках социально-прагматического подхода. Дискурс предполагает социально обусловленный тип высказываний, «язык в языке», «представленный в виде особой социальной данности, имеющей свои тексты» [12]. Тексты (в том числе визуальный контент) пользователи создают в специальных студиях-интерфейсах, дающих готовые формы и инструменты.

Характерные особенности устройства таких сетевых систем определены особым типом связи ее элементов – гиперссылками, а также автоматизацией некоторых сторон коммуникации. *Гиперссылка* (англ. *hyperlink*) – это элемент графического изображения или текста в сети, позволяющий осуществлять переход на другие Интернет-страницы, открывать какие-либо документы, запускать сторонние приложения. Часто в тексте выделяется синим цветом или подчеркивается, также может быть изображением, кнопкой переключения страниц и др. Выделяют анкорные (часть текста) и безанкорные (URL-адрес), внешние и внутренние, якорные (переходы по тексту) гиперссылки. Гиперссылки обеспечивают мгновенную навигацию в сети, глобальность и целостность самой информационно-коммуникативной системы.

Автоматизация сетевых надсистем осуществляется посредством RSS (Really Simple Syndication – ‘простое получение информации’ или Rich Site Summary – ‘полноценная сводка сайта’). Это специальные файлы в формате (rss или xml), которые используются для описания новостей сайтов или их анонсов со ссылкой на полную версию текста. По мере появления на целевом ресурсе / источнике новой информации, скрипт создает RSS файл, который считывает онлайн-овые или программные агрегаторы и оповещает пользователей об изменениях. Включает в себя три блочные структуры: метаданные – заголовки, подзаголовки, изображения, описания, основной текст; гиперссылки на целевой ресурс для ознакомления с полным вариантом новости; категории статей и метаданных, объединенных по тематике публикаций.

С целью подтверждения и уточнения теоретических положений нами был проведен опрос пользователей сети. В опросе приняло участие 72 чел. в возрастных категориях 15-17 лет (59,7%), 18-35 лет (15,3%), 36-50 лет (16,7%) и старше 50 лет (8,3%).

Было установлено, что наиболее популярным средством межличностного и профессионального общения являются групповые чаты (87 и 86%

соответственно), а также социальные сети (66 и 44%). При этом от 60 до 66% опрошенных проводят в сети от нескольких часов до 24 часов в сутки, просматривая ленты рекомендаций в социальных сетях, сервисах коротких видео, медийных платформах, видеохостингах. Таким образом, текстовые жанры (статьи, посты) все еще преобладают над визуальными жанрами (роликами) – 55,5% против 40,3%.

55,6% опрошенных участвуют в обсуждениях в сети, создают комментарии с целью высказать свое мнение, поспорить с неправильной точкой зрения или поддержать автора поста, из них 93% респондентов читают комментарии, так как им интересно знать мнение других людей, а также с целью составить «народное представление» о проблеме, познакомиться с альтернативными взглядами. При этом 25% участников форумов и обсуждений подвергались буллингу или испытывали агрессию со стороны других пользователей, что говорит о низкой культуре общения в сети, презумпции и приоритетности ИМХО.

В результате опроса подтвердилась также гипертолерантность как феномен сетевой коммуникации. Практически 80% опрошенных терпимо относятся к нарушению речевых и языковых норм в письменной речи в сети.

Особая часть исследования была посвящена проблеме непрофессионализма блогерского сообщества, вопросу правоты и превосходства экспертного мнения над мнением блогера-непрофессионала или ИМХО. 61% респондентов доверяют мнению и контенту блогера, руководствуясь собственными симпатиями, не задумываясь о возможности недоверия к представленной информации. При этом только 29% из них проверяют информацию по интересующей теме, пытаются выйти на авторитетное экспертное мнение в других источниках.

Самыми популярными блогерами, по данным опроса, стали Юрий Дудь и Дмитрий Куплинов, менее популярна Марьяна Ро. Ю. Дудь является выпускником факультета журналистики МГУ, то есть профессиональным журналистом. В то время как Д. Куплинов – профессиональный «ютубер», основной жанр его роликов – летсплей (комментирование компьютерных игр). Марьяна Ро – видеоблогер, начинающая певица, ютубер с 14 лет, не имеет профессионального образования, но пользуется популярностью у подростков и молодежи, собирая аудиторию роликами «обо всем на свете», от «что я делаю, когда мне скучно» до советов, как «снять порчу». Таким образом, блогинг не выставляет требований к профессионализму и опыту авторов. В этом прояв-

ляется кризис профессионализма информационного общества.

53% опрошенных сами являются блогерами-любителями – ведут свою «страничку» в социальных сетях. Большая часть из них выбирает такую форму коммуникации с друзьями и знакомыми, чтобы поделиться жизненными моментами, а также использует блогинг как форму самопрезентации в поисках «пути к себе».

Таким образом, утверждение «Мы живем в эпоху, когда все слова уже сказаны» (С. С. Аверинцев) приобретает в современной информационной культуре новые формы агрессивного остенсивного стимулирования, бесконечного ре-райтинга и самоцитирования. На этом фоне утверждение гипертолерантности в культуре и языке ведет к обесцениванию профессионализма и грамотности как таковой, а автоматическая подстройка информационной ленты под интересы конкретного пользователя заменяет свободу выбора псевдовыбором, дискредитируя критическое мышление.

Таким образом, нами были выявлены и проанализированы родовые и видовые особенности сетевых жанров, предпринята попытка их классификации. По типу контента (содержания) сетевые жанры можно разделить на первичные и вторичные; с точки зрения временной коммуникативной модальности следует выделить жанры мгновенного ответа и жанры отложенного отзыва; по типу формальной оценки – жанры одиночной и бигеминальной формально-оценочной коммуникации. Родовыми определяющими особенностями сетевых жанров являются многосторонность, многоканальность и остенсивно-инференционное начало.

Сетевые жанры необходимо выделить в отдельную систему речевых жанров в связи с тем, что все признаки жанровой системы (диалогичность, целеполагание, завершенность, связь с определенной сферой общения) в условиях нового цифрового дискурса имеют ярко выраженную специфику. Цифровая эпоха порождает особое жанровое мышление, диктует новые правила коммуникации и жанрового оформления текстов.

#### Список источников

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собр. соч. М.: Русские словари, 1996. Т.5: Работы 1940–1960 гг. С. 159–206. URL: [http://www.philologos.narod.ru/bakhtin/bakh\\_genre.htm](http://www.philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm) (дата обращения: 14.09.2022).
2. Копытов О. Н. Модус на пространстве текста: монография. 2016. URL: <https://www.litres.ru/oleg-kopytov-10377441/modus-na-prostranstve-teksta->

monografiya/chitat-onlayn/ (дата обращения: 14.09.2022).

3. Лазеева Н. В., Прохорова Л. П. «Речевой жанр» и подходы к его определению // Сибирский филологический журнал. 2013. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoy-zhanr-i-podhody-k-ego-opredeleniyu> (дата обращения: 14.09.2022).

4. Дебердиева И. И. Влияние новых медиа на речевую культуру и мышление современной молодежи // Цифровизация общества и медиаобразовательная стратегия регионов России: сборник по материалам Всероссийской научной конференции. 22 октября 2021 г. Елец: ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина», 2021. С. 23–27.

5. Кильмухаметова Е. Ю. Основные понятия теории релевантности // Вестн. Том. гос. ун-та. 2006. № 291. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-ponyatiya-teorii-relevantnosti> (дата обращения: 14.09.2022).

6. Макеева Л. Б. Теория релевантности, прагматика и проблема значения // Философский журнал | Philosophy Journal. 2022. Т. 15. № 3. С. 125–139.

7. Словарь языка интернета. URL: <https://ru.calameo.com/read/00646156441c44d2d1da0?page=47> (дата обращения: 14.09.2022).

8. Чат. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Чат\\_\(программа\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Чат_(программа)) (дата обращения: 14.09.2022).

9. Кувшинская Ю. М. Аббревиация в речи интернет-форумов. // Современный русский язык в интернете. М.: Языки славянской культуры, 2014. 328 с.

10. Занадворова А. В. Саморегуляция в нерегламентируемых сферах интернет-общения: речевой этикет в Живом журнале // Современный русский язык в интернете / Ред. Я. Э. Ахапкина, Е. В. Рахилина. М.: Языки славянской культуры, 2014. 328 с.

11. Большой толковый словарь русского языка под ред. С. А. Кузнецова. Первое издание: СПб.: Норинт, 1998. В авторской редакции 2014 года. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/> (дата обращения: 14.09.2022).

12. Хурматуллин А. К. Понятие дискурса в современной лингвистике // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2009. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-diskursa-v-sovremennoy-lingvistike> (дата обращения: 14.09.2022).

#### Библиографический список

1. Городнова А. А. Развитие информационного общества. М.: Издательство Юрайт, 2017. URL: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/208245012> (дата обращения: 10.09.2022).

2. Гронская Н. Э. Языковая политика через призму миграции: как угроза языковой идентичности // Двадцать лет спустя: 1991–2011: Реорганизация пространства и идентичности: Материалы международного конгресса. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2012. С. 56–63.

3. Дебердиева И. И. Блогинг как новый тип современного интернет-дискурса // Молодые голоса: Материалы VI Всероссийской с международным уча-

стием научно-практической конференции (26 ноября 2021 г.) / Анапский филиал ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет». Краснодар: Издательский Дом – Юг, 2021. С. 52–55.

4. Еляков А. Д. Современная информационная революция // Социологические исследования = СОЦИС: Ежемесячный научный и общественно-политический журнал РАН. 2003. № 10. С. 29–38.

5. Релевантность // Финансовый словарь Финам. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/28548](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/28548) (дата обращения: 10.09.2022).

#### References

1. Bakhtin, M. M. (1996). *Problema rechevykh zhanrov* [The Problem of Speech Genres]. *Russkie slovari*. T. 5: Raboty 1940-1960 gg. Pp. 159–206. Moscow. URL: [http://www.philologos.narod.ru/bakhtin/bakh\\_genre.htm](http://www.philologos.narod.ru/bakhtin/bakh_genre.htm) (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

2. Kopytov, O. N. (2016). *Modus na prostranstve teksta* [A Mode on the Text Space]. *Monografiya*. URL: <https://www.litres.ru/oleg-kopytov-10377441/modus-na-prostranstve-teksta-monografiya/chitat-onlayn/> (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

3. Lazeeva, N. V., Prokhorova, L. P. (2013). *“Rechevoi zhanr” i podkhody k ego opredeleniiu* [Speech Genre and Approaches to Its Definition]. *Sibirskii filologicheskii zhurnal*. No. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoy-zhanr-i-podhody-k-ego-opredeleniyu> (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

4. Deberdieva, I. I. (2021). *Vliyanie novykh media na rechevuyu kul'turu i myshlenie sovremennoi molodezhi* [The Influence of New Media on the Speech Culture and Mind of Modern Youth]. *Tsifrovizatsiya obshchestva i mediaobrazovatel'naya strategiya regionov Rossii: sbornik po materialam Vserossiyskoi nauchnoi konferentsii..* October 22, 2021. Pp. 23– 27. Yelets, FGBOU VO Eletsksii gosudarstvennyi universitet im. I. A. Bunina. (In Russian)

5. Kil'mukhametova, E. Iu. (2006). *Osnovnye ponyatiya teorii relevantnosti* [Basic Concepts of Relevance Theory]. *Vestnik Tom. gos. un-ta*. No. 291. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-ponyatiya-teorii-relevantnosti> (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

6. Makeeva, L. B. (2022). *Teoriya relevantnosti, pragmatika i problema znacheniya* [Relevance Theory, Pragmatics and the Problem of Meaning]. *Filosofskii zhurnal | Philosophy Journal*. T. 15. No. 3, pp. 125– 139. (In Russian)

7. *Slovar' yazyka internet* [Dictionary of the Internet Language]. URL: <https://ru.calameo.com/read/00646156441c44d2d1da0?page=47> (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

8. *Chat* [The Chat]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Chat\\_\(programma\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Chat_(programma)) (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

9. Kuvshinskaya, Iu. M. (2014). *Abbreviatsiia v rechi internet-forumov* [The Abbreviation in the Speech of Internet Forums]. Iu. M. Kuvshinskaya. *Sovremennyyi russkii yazyk v internete* [Modern Russian on the Inter-

net]. 328 p. Moscow, Yazyki slavianskoi kul'tury. (In Russian)

10. Znadvorova, A. V. (2014). *Samoregulatsiia v nereglamentiruemymkh sferakh internet-obshcheniia: rechevoi etiket v Zhivom zhurnale* [Self-regulation in Unregulated Areas of Internet Communication: Speech Etiquette in LiveJournal]. *Sovremennyi russkii yazyk v internete* [Modern Russian on the Internet]. Red. Ya. E. Akhapkina, E. V. Rakhilina. 328 p. Moscow, Yazyki slavianskoi kul'tury. (In Russian)

11. BTS: *Bol'shoi tolkovyi slovar' russkogo yazyka* (1998) [Large Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Pervoe izdanie: St. Petersburg, Norint, v avtorskoi redaktsii 2014 g. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/> (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

12. Khurmatullin, A. K. (2009). *Ponyatie diskursa v sovremennoi lingvistike* [The Concept of Discourse in Modern Linguistics]. *Uchen. zap. Kazan. un-ta. Ser. Gumanit. nauki*. No. 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-diskursa-v-sovremennoy-lingvistike> (accessed: 14.09.2022). (In Russian)

#### Bibliographic list

1. Gorodnova, A. A. (2017). *Razvitie informatsionnogo obshchestva* [Development of the Information Society]. Moscow, izdatel'stvo Yurait. URL:

<https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/208245012> (accessed: 10.09.2022). (In Russian)

2. Gronskaia, N. E. (2005). *Yazykovaya politika cherez prizmu migratsii: kak ugroza yazykovoi identichnosti* [Language Policy through the Prism of Migration: As a Threat to Linguistic Identity]. *Dvadtsat' let spustya: 1991–2011: Reorganizatsiya prostranstva i identichnosti: Materialy mezhdunarodnogo kongressa*. Moscow, Rossiyskii gosudarstvennyi gumanitarnyi universitet, pp. 56–63. (In Russian)

3. Deberdieva, I. I. (2021). *Bloging kak novyi tip sovremennogo internet-diskursa* [Blogging as a New Type of Modern Internet Discourse]. *Molodye golosa: Materialy VI Vserossiyskoi s mezhdunarodnym uchastiyem nauchno-prakticheskoi konferentsii* (26 noyabrya 2021 g.). Anapskii filial FGBOU VO "Moskovskii pedagogicheskii gosudarstvennyi universitet". Pp. 52–55 p. Krasnodar, izdatel'skii Dom Iug. (In Russian)

4. Elyakov, A. D. (2003). *Sovremennaya informatsionnaya revoliutsiya* [The Modern Information Revolution]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. No. 10, pp. 29–38. (In Russian)

5. *Relevantnost'* [Relevance]. *Finansovyi slovar' Finam*. URL: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/28548](https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/28548) (accessed: 10.09.2022). (In Russian)

The article was submitted on 22.09.2022  
Поступила в редакцию 22.09.2022

**Дебердиева Ирина Игоревна**,  
кандидат филологических наук,  
доцент,  
Московский педагогический  
государственный университет  
(Анапский филиал),  
353410, Россия, Анапа,  
Астраханская, 88.  
[karellova2908@yandex.ru](mailto:karellova2908@yandex.ru)

**Deberdieva Irina Igorevna**,  
Ph.D. in Philology,  
Associate Professor,  
Moscow Pedagogical State University  
(Anapa Branch),

88 Astrakhanskaya Str.,  
Anapa, 353410, Russian Federation.  
[karellova2908@yandex.ru](mailto:karellova2908@yandex.ru)