

Отримано: 30 вересня 2021 р.

Прорецензовано: 29 жовтня 2021 р.

Прийнято до друку: 1 грудня 2021 р.

e-mail: Belych@vnu.edu.ua

Subach.oxana@vnu.edu.ua

DOI: 10.25264/2519-2558-2021-12(80)-15-19

Бєлих О. М., Зубач О. А. Лінгвостилістичні характеристики інтернет-коментарів німецькомовних науково-популярних блогів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2021. Вип. 12(80). С. 15–19.

УДК: 811.112.2'38'42:004.738.5

Бєлих Оксана Миколаївна,
кандидат філологічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Зубач Оксана Адамівна,
кандидат філологічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-КОМЕНТАРІВ НІМЕЦЬКОМОВНИХ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ БЛОГІВ

Актуальність наукової розвідки обумовлена необхідністю лінгвостилістичної характеристики інтернет-коментарів у німецькомовних науково-популярних блогах як одного з найпопулярніших жанрів інтернет-комунікації. Мета дослідження полягає у встановленні жанрової моделі побудови й опису інтернет-коментарів в інтернет-комунікації.

Об'єктом нашого дослідження слугує німецькомовний науково-популярний блог. Він має, як правило, особистісний та мультимедійний характер і може бути як автономним, так і розташованим на певній блог-платформі, що значно спрощує авторам блогу, по-перше, його створення й редагування, і, по-друге, приверне читача.

Проведений нами аналіз виявив метатекстову природу інтернет-коментарів, яка проявляється залежно від вихідного тексту у вигляді запису в блозі. Коментарі є вторинним мовленнєвим жанром, периферійним по відношенню до центрального жанру – запису в блозі. Аналіз лінгвостилістичних характеристик інтернет-коментарів дозволив встановити: його синтаксичні особливості (найчастіше використання складнопідрядних причини, додаткових, означальних, складносурядних, питальних та окличних речень); його лексичні риси (насиченість науковими термінами, латинізмами, англійцзмами, скороченнями та аббревіатурами).

Ключові слова: лінгвостилістичні характеристики, інтернет-комунікація, інтернет-коментарі, науково-популярний блог, жанрова модель інтернет-коментарів.

Oksana Bielykh,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University
Oksana Zubach,
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University

LINGUISTIC AND STYLISTIC CHARACTERISTICS OF INTERNET COMMENTS ON GERMAN POPULAR SCIENCE BLOGS

In recent decades Internet communication has aroused great interest among specialists in the humanities, as evidenced by the fact that large number of works are performed on the material of different languages. The urgency of the research is caused by the need of linguistic and stylistic characteristics of Internet comments in German popular science blogs as one of the most popular genres of Internet communication. The research objective is to establish a genre model for constructing and describing of Internet comments in Internet communication.

The object of our research is a German popular science blog. It is usually personal and multimedia in nature and can be both standalone and located on a particular blog platform, which greatly simplifies the authors of the blog, firstly, its creation and editing, and secondly, attracts the reader.

Our analysis revealed the metatextual nature of Internet comments, which manifests itself depending on the source text in the form of a blog entry. Comments are a secondary speech genre, peripheral to the central genre – blogging. Analysis of the linguistic and stylistic characteristics of Internet comments allowed to establish: its syntactic features (most often the use of complex causes, additional, definite, complex, interrogative and exclamatory sentences); its lexical features (saturation with scientific terms, Latinisms, English loan words, abbreviations and acronyms).

Key words: linguistic and stylistic characteristics, Internet communication, Internet comments, popular science blog, genre model of Internet comments.

Останніми десятиліттями інтернет-комунікація викликає великий інтерес у спеціалістів галузі гуманітарних наук: філософії (Куліков 2007, Опаріна 2005), психології (Чучкова 2008, Шевченко 2002), соціології (Кіндратова 2005, Путілова 2004) і, звичайно, лінгвістики, де вивчення інтернет-дискурсу – один із найпопулярніших напрямів. Про це свідчить значна кількість робіт, виконаних на матеріалі різних мов (Полоусова 2013, Баженова 2012, Іванова 2011, Данюшина 2010, Дєдова 2008, Кузнєцова 2008, Лукіна 2005, Донскова 2004, Михайлов 2004, Масалова 2003, К. Crowston, N. Kloiber, K. Leidlmair).

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю лінгвостилістичної характеристики інтернет-коментарів у німецькомовних науково-популярних блогах як одного з найпопулярніших жанрів інтернет-комунікації.

Мета дослідження полягає у встановленні жанрової моделі побудови й опису інтернет-коментарів в інтернет-комунікації.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- виявити й описати конститутивні ознаки інтернет-дискурсу;
- виявити й описати лінгвостилістичні характеристики німецькомовних науково-популярних інтернет-коментарів.

Інформаційна епоха пов'язана з інтернет-комунікацією, яка отримала широке розповсюдження в сучасному світі. Виникнення нового середовища із своєю комунікативною специфікою, із своєю системою мовленнєвих жанрів сприяло виникненню напряму в науковій лінгвістичній літературі – інтернет-лінгвістики. В ролі об'єкта її дослідження виступає інтернет-комунікація, яка викликана не лише соціокультурними змінами в сучасному суспільстві, але й розвитком нових технологій передачі інформації.

В гуманітарних науках при трактуванні терміну «інтернет» в першу чергу увагу приділяють не облаштуванню й технічному його функціонуванню, а людській діяльності в рамках мережі та її впливу на саму діяльність. На перший план виступає моделююча функція інтернету, тобто його властивість своїми засобами відображати об'єктивну реальність, про що свідчать такі інтернет-ресурси, як сайти новин, електронні бібліотеки.

Таким чином, можна говорити про те, що інтернет сьогодні – це не лише інструмент спілкування, але й сформоване середовище, особлива віртуальна реальність.

З точки зору теорії комунікації, визначення інтернету ґрунтується на трьох його основних функціях: комунікативно-просторовій, комунікативно-часовій, комунікативно-соціалізуючій. Інтернет – це «глобальна соціально-комунікативна комп'ютерна мережа, призначена для задоволення індивідуальних і групових комунікаційних потреб за рахунок використання телекомунікаційних технологій» [9, с. 208-209].

Лінгвістів цікавлять особливості інтернет-комунікації, які відрізняють її від традиційних форм – письмової й усної. Інтернет-комунікація отримала в науковій літературі багато трактувань.

Комунікація – процес обміну інформацією між людьми [1, с. 3].

Комунікація – «дискурсивна діяльність людини, в ході якої вона обробляє різноманітну інформацію про світ і, взаємодіючи з іншими, посередництвом мови обмінюється цією інформацією, вирішуючи таким чином багато соціальних і когнітивних завдань» [10, с. 147].

Комунікація – це завжди діалог [5, с. 72].

Таким чином, враховуючи різні підходи науковців, в нашій роботі під комунікацією розуміємо вербальну і невербальну взаємодію двох і більше учасників, яка обумовлена соціальним, культурним і психологічним контекстом. Інтернет-комунікація розкривається в особливому комунікативному середовищі за допомогою спеціальних гаджетів (комп'ютерів, смартфонів, планшетів) та інтернет-технологій, формуючи особливий тип дискурсу – інтернет-дискурс.

Виникнення й стрімкий розвиток інтернет-комунікації заставили сучасних вчених говорити про інтернет-дискурс як про принципово нову комунікативну діяльність людей, спілкування, посередництвом комп'ютера. Інтернет-дискурс є сукупністю усіх текстів, створених в інтернеті.

Питання про основні риси інтернет-дискурсу можна узагальнити таким чином:

– варіативність способів кодування сигналу (при очевидній перевазі візуального) [12, с. 178];

– високий ступінь анонімності; слабка соціальна регламентованість вербальної поведінки; труднощі, пов'язані з емоційним компонентом спілкування при намаганні наповнити ним текст [7; 2].

Таким чином, аналіз терміну «інтернет-дискурс» дозволяє стверджувати, що його в першу чергу характеризують такі властивості, як: *анонімність учасників, інтерактивність, мультимедійність*, тобто здатність створювати креолізовані тексти, використовуючи текст, відео, аудіо, зображення, смайлики, емотікони.

Анонімний характер комунікації в Інтернеті заключається в тому, що для реалізації його можливостей, таких як відвідування сайтів, використання електронної пошти, різних меседжерів і т.д., користувачеві необхідно зареєструватися: створити свій віртуальний профіль, назвавши в ньому нікнейм (інтернет-псевдонім), а також інші дані: вік, фотографію чи аватар, контактну інформацію і т.д., залежно від тематики і направленості ресурсу. Цю інформацію неможливо підтвердити хоча б тому, що спілкування в інтернеті не передбачає особистого контакту комунікантів. Можливість так чи інакше відслідкувати IP-адрес користувача, тим не менше, не гарантує правдивості даних і до того ж не належить безпосередньо до комунікації. Блоги відомих людей чи організації можуть вестися не анонімно. В соціальних мережах користувачі, як правило, вказують своє справжнє ім'я, але в більшості випадків спілкування в мережі відбувається між двома «аватарами», штучно створеними образами, портретами користувачів. Цією обставиною пояснюється менш формальне, ніж при особистому контакті, спілкування між членами різних соціальних, культурних чи етнічних груп. Так, поведінка учасників комунікації може бути й агресивнішою, не зовсім адекватною до ситуації спілкування.

Відповідно, *інтерактивність* інтернет-дискурсу дозволяє користувачеві реалізувати різні комунікативні тактики. Серед них необхідно виділити найхарактерніші:

– тактики пошуку в Інтернеті, для чого існує багато варіантів: пошук за окремими адресами, або у всьому інтернет-просторі за допомогою спеціальних пошукових ресурсів, пошук за темою, рубрикою і т. д. Завдяки цьому, користувач може самостійно сформулювати інформаційний простір із текстів, присвячених певному питанню. Наприклад, на сайті газети, використовуючи рубрикацію чи пошук за темою, можна швидко знайти потрібні замітки і статті, створюючи свою власну стрічку новин, власний варіант газетного випуску;

– зворотній зв'язок, який і реалізує комунікативну функцію. Користувач інтернету може зв'язатися з автором певного тексту: а) за допомогою залишених контактів: електронної пошти, адрес skype, icq та інших меседжерів; б) за спеціальною формою на сайті; в) за допомогою системи особових повідомлень (у випадку, якщо вона передбачена даним ресурсом); г) за допомогою коментарів до тексту. Кожний опублікований в інтернеті текст може стати, таким чином, початком діалогу, обговорення, яке відбувається на тій же сторінці чи за її межами.

Проте відомо, що на сьогоднішній день інтернет-ресурси мають різний ступінь інтерактивності. Так, є, по-перше, закриті, неінтерактивні сайти; по-друге, сторінки з можливістю зворотного зв'язку чи коментування (наприклад, електронні версії журналів, газет); по-третє, сайти, які існують за рахунок постійної активності усіх своїх користувачів (наприклад, соціальні мережі).

Під *мультимедійністю (креолізованістю)* ми розуміємо представлення різних за своєю природою форматів інформації в одному тексті. В певному сенсі креолізовані (мультимедійні) тексти були відомі людству і до винайдення та розповсю-

дження інтернету. Це – книжки з ілюстраціями, діафільми, комікси, нотатки. Однак саме креолізованість стала важливою характеристикою нового комунікативного середовища. Спочатку мультимедійні технології не були такими популярними, адже не було можливості швидкої обробки й передачі великих об'ємів даних різного типу інформації. Але на сьогоднішній день легкість і доступність для будь-якого користувача завантаження відео-, аудіо- текстів та зображень сприяють розповсюдженню контенту в інтернеті. Це означає, що автор може додати в нього емотікони, картинки, аудіозаписи, відеоролики. Крім того, повідомлення може цілком складатися лише з цих елементів, тобто не містити звичайного тексту. Це робить інтернет-дискурс особливим комунікативним явищем.

Креолізовані тексти можуть реалізовуватися за допомогою гіпертекстів, тобто додавання аудіо-, відео- або інших компонентів посередництвом гіперпосилання, яке направлено не на інтернет-сторінку в цілому, а на відповідний файл. Така технологія дозволяє, в результаті, в значній мірі спростити процес додавання креолізованого контенту в текст, а також його розповсюдження в мережі.

В сучасному інтернеті надзвичайно розповсюджені блоги, які привертають увагу багатьох дослідників [Полоусова 2013, Баженова 2012, Іванова 2011, Данюшина 2010]. Термін «блог» (англ. blog) з'явився в 1999 році шляхом скорочення слова «weblog» (англ. «мережевий бортовий журнал») [8, с. 279]. Будь-який блог – це персональний віртуальний простір, який має мультимедійний характер і представляє будь-яку актуальну інформацію, яка постійно оновлюється [4, с. 3]. По суті блог являє собою веб-сайт з публічною версією приватного щоденника [13]. На нашу думку, популярність блогів в тому, що вони поєднують особисту інформацію з публічною. Насправді, блоги допомагають встановити нові контакти між користувачами інтернету, а з іншого боку – дозволяють кожному користувачеві як можна повніше проявляти себе у віртуальному просторі.

Як правило, блог представляє собою окремий інтернет-ресурс (інтернет-сайт), який складається із зовнішньо однакових інтернет-сторінок. Насправді ж одна сторінка – це блог лише одного користувача, який складається з його записів, які відсортовані найчастіше у зворотному хронологічному порядку. Блог, таким чином, – це своєрідна «стрічка новин». Кожен запис складається, як правило, із заголовка й тексту, до якого інші користувачі можуть залишити свої коментарі. Невід'ємною частиною блогу слід вважати особисту сторінку автора, його профіль, де вказана інформація про нього (нікнейм, аватар, підпис, контакти для зворотного зв'язку, інтереси, хобі і т. д.). Окрім можливості вести свій власний блог, користувачі можуть підписуватися на інші блоги, щоб отримувати повідомлення про нові записи. Усі записи в блозі й коментарях проходять попередню цензуру.

Незалежно від типу тематики, блог складається з двох жанрів: запису в блозі й інтернет-коментарів. Запис в блозі завжди здійснюється його автором чи одним із авторів, якщо йдеться про колективні чи корпоративні блоги. Що стосується інтернет-коментарів, то вони можуть бути написані будь-яким користувачем. Запис в блозі в більшій степені направлений на самопрезентацію автора блогу, тоді як інтернет-коментарі направлені на встановлення нових контактів й спілкування з іншими читачами блогу.

Таким чином, в блозі виокремлюють наступні функції: комунікативна, самопрезентації, розважальна, функція поєднання й утримання соціальних мереж, мемуарна, саморозвитку, психотерапевтична і функція просування товарів та послуг [14]. Реалізація цих функцій залежить від типу блогу, кількість яких дуже велика. Відомо декілька типів блогів, заснованих на різних ознаках:

1. За авторством блоги можна розділити на особисті (персональні) й корпоративні.
2. За сферою людської діяльності їхня кількість потенційно безкінечна. До найпопулярніших тем належить політика, побут, подорожі, освіта, мода, мистецтво, наука, спорт, здоров'я, WEB (блоги про інтернет, інтернет-верстка, програмування).
3. За наявністю мультимедіа блоги діляться на текстові й мультимедійні. Останні можуть бути фотоблогами, артблогами, музикальними блогами, відеоблогами, мікроблогами і т.д.
4. За технічною основою можна виокремити наступні: автономний блог, тобто блог на окремому хостингу й системі управління контентом, і блог на блог-платформі, який ведеться на певному спеціалізованому інтернет-ресурсі [11, с. 120-124].

Об'єктом нашого дослідження слугує німецькомовний науково-популярний блог. Він має, як правило, особистісний та мультимедійний характер і може бути як автономним, так і розташованим на певній блог-платформі, що значно спрощує авторам блогу, по-перше, його створення й редагування, і, по-друге, приверне читача.

Що стосується лінгвостилістичних особливостей науково-популярного блогу, то він зберігає окремі риси наукового стилю, який в цілому характеризується двома основними екстралінгвістичними факторами: співвіднесеністю з науково-пізнавальною діяльністю людини й об'єктивно-документальним характером. Цим обумовлені його специфічні ознаки: логічність, узагальненість, об'єктивність, абстрактність, точність [7, с. 123]. Запис у німецькомовному науково-популярному блозі належить до науково-популярного підстилю, головний критерій віднесення до якого – це орієнтування тексту на широку аудиторію та потенційно універсальний адресат. Ціль текстів науково-популярного жанру, до якого належать досліджувані нами німецькомовні блоги, полягає не лише в тому, щоб повідомити достовірну інформацію, але й зробити її доступною широкій публіці та зацікавити її. Про це свідчать заголовки записів у блогах. В них використовуються характерні для науково-популярного підстилю лінгвостилістичні характеристики, такі як:

- прості розповідні та питальні речення: *Was können Apps zur Verwaltung von Finanzen und Versicherungen?* [2, дата звернення 18.09.2021]. *Papst Franziskus beantwortet Kinderbriefe* [2, дата звернення 18.09.2021];
- називні речення: *Der Villiani-Torosian-Bericht zum Mathematikunterricht in Frankreich* [1, дата звернення 18.09.2021]. *Mikroplastik in der Arktis: Unterschätzte Gefahr für Umwelt und Gesundheit* [2, дата звернення 18.09.2021];
- незавершені речення: *Auf ein neues!* [3, дата звернення 23.09.2021]. *Hase und Hund* [4, дата звернення 23.09.2021].

Самі тексти записів у блогах також характеризуються рисами науково-популярного підстилю, про що свідчить вживання: – займенників: *Beim Hund hatte ich bereits erwähnt, dass er – der große – Antik der einzige Hund war* [4, дата звернення 23.09.2021]. *Doch sind sie deswegen automatisch kompetent im Umgang mit digitalen Technologien und Medien? Empfinden sie dadurch weniger digitalen Stress als Erwachsene?* [4, дата звернення 23.09.2021].

- спонукальних речень: *Nun singet und seid froh ... nicht nur zu Weihnachten!* [4, дата звернення 30.08.2021].
- пасивного стану: *Anstatt also erneut auf den nächsten PISA-Test „lernen zu lassen“, sollten unsere Handlungsempfehlungen umgesetzt werden um Nachhaltigkeit zu erzielen* [1, дата звернення 30.08.2021].
- модальних дієслів: *Um ausgeglichen und glücklich leben zu können, sollten die wichtigsten Punkte im Einklang miteinander stehen* [2, дата звернення 30.08.2021].
- дієслова *lassen*: *So lässt sich fast jedes gesetzte Ziel erreichen und dies in allen wichtigen Lebensbereichen* [2, дата звернення 30.08.2021].

Отже, німецькомовний науково-популярний блог характеризується основними екстралінгвістичними факторами: співвіднесеністю з науково-пізнавальною діяльністю людини й об'єктивно-документальним характером. До лінгвостилістичних характеристик відносяться прості розповідні та питальні речення, називні та незавершені речення.

Частина блогу представлена інтернет-коментарями (далі – ІК). На думку В. Здоровега, коментар – «це невеликий авторський виступ, в якому тлумачаться, роз'яснюються, елементарно аналізуються факти політичного, економічного, культурного, наукового життя з метою донесення до аудиторії суті, смислу події, явища, їх місця серед інших фактів і процесів» [3, с. 195-196]. Проте немає виокремлених ознак, які притаманні інтернет-коментарям як жанру віртуальної комунікації.

В інтернет-середовищі коментування дуже широко розповсюджене: його використовує абсолютна більшість сучасних інтернет-ресурсів. Практично до кожного інтернет-контенту можна додати стрічку коментарів. Таку популярність коментування серед власників сайтів та їхніх адміністраторів можна пояснити двома причинами: по-перше, технологічною простотою й доступністю, по-друге, максимальною інтерактивністю інтернет-середовища.

В ІК науково-популярного блогу часто зустрічаються **окличні речення**. Вони виражають суб'єктивну модальність автора ІК: здивування, захоплення, непорозуміння: *2FA ist für Nutzer SCHLECHT!* [6, дата звернення 30.08.2021]; *Es gibt also – wie immer – noch viel zu entdecken!* [6, дата звернення 30.08.2021]

Питальні речення також характерні для ІК. Їх можуть використовувати:

- для запиту інформації: *Wie können wir uns veranschaulichen, was tatsächlich vor sich geht?* [6, дата звернення 30.08.2021].
- для вираження суб'єктивної модальності, наприклад, сильного здивування, обурення: *Und es wäre auch nicht zu s^2 proportional, sondern mit diesem identisch, oder? Müsste ... nicht?* [6, дата звернення 30.08.2021].
- як риторичне запитання: *Warum nehmen Tiere keine Drogen? Wahrscheinlich weil sie anderes als der Mensch- die Fähigkeit haben...* [6, дата звернення 31.08.2021].

Розповсюдженими є **скорочені конструкції чи слова**: *Wenn sie also nur Ausgleich und Kleber wäre, dann ...* [6, дата звернення 31.08.2021]. *Egal wer das Teamcasting gemacht hatte, er hat **ne** Gute Wahl mit dir getroffen. Abzeichen verdient!* [6, дата звернення 30.08.2021].

Проблеми, які виникають при використанні скорочень у німецькій мові можуть мати *граматичний, орфографічний чи комунікативний* характер. Граматичні труднощі пов'язані в першу чергу з множиною іменників, яку універсальні скорочення можуть утворювати або за допомогою закінчення -s, або з нульовим закінченням. Наприклад, *Profis, Abis*. До орфографічних труднощів належить написання скорочення з малою чи великою літери (*a. R. – auf Rechnung, Abs. – Absender*). Комунікативні труднощі використання скорочень, на нашу думку, пов'язані з розумінням, адже вони з'являються часто в поєднанні англійської мови з німецькою (*asap – as soon as possible, afaik – as far as I know*).

Автори ІК часто використовують засоби логічного виокремлення: **сегментація** для виділення теми висловлювання: *Gewürdigt werden soll damit Deine alles überstrahlende Kommentarleistung beim heutigen Adventsrätsel* [6, дата звернення 31.08.2021]; **виділення зворотів** для наголошення реми висловлювання: *Ich wollte erstens nicht dort antworten, wo das völlig deplatziert gewesen wäre, und zweitens konnte ich mir selbst ja noch ganz sicher sein – man weiß ja nie* [6, дата звернення 31.08.2021]; *Oft entwickelt sich aus (beabsichtigt oder nicht beabsichtigt) selektiver Berichterstattung ein vermeintlicher, nicht zu Ende gedachter Lösungsansatz, der womöglich unreflektiert zur Anwendung kommt* [6, дата звернення 31.08.2021].

Не дивлячись на візуальне відокремлення ІК не лише від вихідного тексту, але й один від одного, вони, як правило, тісно пов'язані між собою. Цей зв'язок може реалізовуватися на синтаксичному рівні за допомогою конекторів: – *Und warum genau wäre Exuperus „Kleiner Prinz“ in Österreich nun nicht willkommen?*

- *Weil in Ö seit 1918 alle Adelstitel per Gesetz verboten sind* [8, дата звернення 29.08.2021].

Коментар 2 є логічним продовженням першого, в якому автор відповідає на поставлене питання.

Прості й складні речення в текстах ІК представлені приблизно однаково. В складнопідрядних реченнях переважає підрядне речення **причини**: *Dort ist ein Großteil der Bevölkerung alkoholintolerant, wohl weil die Alkoholintoleranten bessere Reisbauern sind* [6, дата звернення 27.08.2021]; **означальні**: *Bei mir regen sich Zweifel, ob dieser „vierte Ort“ unbedingt ein physischer sein muss, an dem formale Vermittlungsangebote gemacht werden* [7, дата звернення 28.08.2021]; **додаткові**: *Die antropophile oder sogar biophile Technik ist nicht ohne Probleme und Gefahren, denn das läuft doch darauf hinaus, dass die Wünsche der Menschen auf magischen Art und Weise (durch Technik) in Erfüllung gehen* [7, дата звернення 01.09.2021].

Крім того, частини складних речень пов'язані зазвичай **сполучниками**: *China exportiert inzwischen seine Interaktions- und Überwachungstechnologie und dabei hilft «die Effizienz der Mensch-Maschinen-Interaktion»* [7, дата звернення 01.09.2021]; *Berauschte Tiere bleiben genauso wenig in der Realität wie berauschte Menschen* [6, дата звернення 01.09.2021]; *Trinken und Saufen gab es übrigens auch beim Menschen schon lange bevor es eine Börse gab und weder Menschen noch Tiere sind jederzeit mit Kampf-Fluchtsituationen konfrontiert* [6, дата звернення 01.09.2021].

Лексико-стилістичні особливості ІК науково-популярного блогу обумовлені декількома причинами: впливом вихідного тексту, технологічними й соціокультурними рисами інтернет-комунікації та комунікативною метою [4, с. 8].

І. Вплив вихідного тексту.

ІК науково-популярного блогу характеризується своєю лінгвостилістичною специфікою, яка відрізняється від інших типів коментарів. Під впливом вихідного тексту в ІК використовуються наукові терміни з різних галузей науки. Так, у наступному прикладі лексеми належать до наукових термінів лексичного поля «астрономія»: *Satelliten-Megakonstellationen, aus astronomischen Gründen, Grossteleskope (EE-LT, Thirty-Meter-Teleskope, Giant Magellan-Telescope)*, «математика» *Seit Januar*

2019 ist Friedrich Götze, Professor für Mathematik an der Universität Bielefeld der neue Präsident der Deutschen Mathematiker-Vereinigung [1, дата звернення 08.09.2021]. Federführend an dem von Bildungsminister Jean-Michel Blanquer initiierten Projekt beteiligt ist der französische Fields-Medallist und Mathematik-Superstar Cedric Villani [1, дата звернення 18.09.2021], що обумовлено темою, заявленою вихідним текстом: *Satelliten-Megakonstellationen aus astronomischen Gründen verboten oder verhindern – dafür ist es wohl zu spät oder so etwas ist zu wenig opportun. Zum Glück sind die neuen Großteleskope (EE-LT, Thirty-Meter-Teleskope, Giant Magellan-Teleskope) wenig von Satellitenstreulicht betroffen* [6, дата звернення 01.09.2021].

II. Технологічний і соціокультурний фактори.

В інтернет-комунікації створений свій сленг. Під інтернет-сленгом розуміємо лексичні одиниці, які з'явилися в інтернет-середовищі і які позначають явища, пов'язані з ним: *twittern, bloggen, trollen, facebooken, installieren* та ін. Так, дієслово *trollen* – запозичення з англійської *to troll*, яке означає «створювати інтернет провокацію», «спеціально нагнітати конфлікт за допомогою прихованих образ».

Абревіатура *LOL (lol)* (від англ. *laughing out loud*) використовується як альтернатива смайлику чи емотикону та виражає сміх.

Симптоматично, що в інтернет-комунікації абревіатури та акроніми часто пишуться маленькими, а не великими літерами, що визвано спонтанним характером інтернет-комунікації, відсутністю уваги комунікантів до дотримання норм літературної мови. Ці скорочення допомагають комунікантам скоротити час набору коментаря, а також слугують для ідентифікації співрозмовника як «свого», тобто користувача, який добре розбирається в інтернет-комунікації.

III. Вплив комунікативної мети.

Широке вживання оціночної лексики в текстах ІК витікає з його комунікативної цілі: виразити свою думку відносно вихідного тексту. В досліджуваних нами текстах ІК німецькомовних науково-популярних блогів однаково представлена як позитивна, так і негативна оціночна лексика: *Danke für die Anregung. ... Ich vertraue jetzt einfach mal darauf, dass ich das überlebe* [6, дата звернення 01.09.2021]. *Ob die Kinder gestresst werden, das hängt von dem Videospiel ab und nicht von dem Medium. Die Kontrolle muss sich auf das Videospiel richten* [6, дата звернення 01.09.2021].

Таким чином, проведений нами аналіз виявив метатекстову природу інтернет-коментарів, яка проявляється залежно від вихідного тексту у вигляді запису в блозі. Коментарі є вторинним мовленнєвим жанром, периферійним по відношенню до центрального жанру – запису в блозі. Аналіз лінгвостилістичних характеристик інтернет-коментарів дозволив встановити: його *синтаксичні особливості* (найчастіше використання складнопідрядних причини, додаткових, означальних, складносурядних, питальних та окличних речень); його *лексичні риси* (насиченість науковими термінами, латинізмами, англіцизмами, скороченнями та абревіатурами).

Перспективним вважаємо дослідження паралінгвістичних та композиційних особливостей німецькомовного жанру інтернет-коментарів.

Література:

1. Гулевич О. Психология коммуникации. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 384 с.
2. Донскова О. Тенденции становления паравербальной графемики в системе интернет. 2004. URL: <http://pn.pglu.ru/index> (дата звернення: 30.08.2021).
3. Здоровега В. Й. Теория і методика журналістської творчості : підручник / Володимир Здоровега. 2-ге вид., переробл. і доповн. Львів : ПАІС, 2004. с. 195-196.
4. Казнова Н. Трансформация языковой личности в интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы): автореф. дис. 2004. URL: https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_004855157/ (дата звернення: 30.10.2021).
5. Касевич В. Говорящий и слушающий: языковая личность, текст, проблемы обучения. СПб, 2001. с. 70-75.
6. Кузнецов В. Функциональные стили современного французского языка. Публицистический и научный. М.: Либроком, 2011. 232 с.
7. Кузнецова Ю., Чудова Н. Психология жителей Интернета. М.: УРСС, 2008. 224 с.
8. Мальцева Л. Українська блогосфера: функціонально-стилістична характеристика. *Вісник Львівського університету. Філологічна серія*. 1011. № 52. С. 278–289.
9. Соколов А. Общая теория социальной коммуникации: уч. пособие. СПб.: Михайлов, 2002. 460 с.
10. Человек как субъект коммуникации: универсальное и специфическое : [коллектив. моногор.] / [под общ. ред. Л. И. Гришаевой, Е. Н. Ищенко] ; Воронеж. Гос. ун-т, фак. Ром-герм. Филологии. Воронеж : Изд-во Воронеж. Ун-та, 2006. 338 с. ISBN 5-9273-1105-9.
11. Шамаев И. Классификация блогов рунета. *Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 9: Исследования молодых ученых*. 2013. № 11. С. 120–124.
12. Щипицина Л. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. 296 с.
13. Merriam-Webster Online. 2006. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/dictionary> (дата звернення: 18.07.2021).
14. Scott D. The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. 2006. URL: <https://www.goodreads.com/book/show/17197005-the-new-rules-of-marketing-pr> (дата звернення: 18.07.2021).

Список використаних інтернет-сайтів

1. <https://www.mathematik.de/bildung>
2. <http://www.daswissensblog.de/>
3. <http://scienceblogs.de/alles-was-lebt/>
4. <https://scilogs.spektrum.de/network-tax/category/kultur>
5. <https://www.brandwatch.com/de/blog/facebook-statistiken/>
6. <https://scilogs.spektrum.de/menschen-bilder/drogen-als-anpassung-weil-wir-es-koennen/#comments>
7. <https://ethz.ch/de/news-und-veranstaltungen/eth-news/news/2019/09/blog-oliver-renn-wo-informationskompetenz-entsteht.html#comment>