

В. А. Каменева
Кемерово, Россия

ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЙ К АНГЛОЯЗЫЧНЫМ СТАТЬЯМ ПОЛИТИЧЕСКОЙ И КУЛЬТУРНОЙ ТЕМАТИКИ. КОММУНИКАТИВНЫЕ ЦЕЛИ

АННОТАЦИЯ. В данной статье приведены результаты обзора научно-исследовательских работ, посвященных изучению комментария в жанроведении. Рассмотрено, какие аспекты интернет-комментария чаще всего попадают в поле зрения ученых в России. В статье проанализированы комментарии к интернет-статьям политической и культурной тематики, дан сравнительный анализ их коммуникативных целей. Основной целью исследования ставилась идентификация инвариантных коммуникативных целей комментария к интернет-статье. Было доказано, что выражение оценки можно рассматривать главной инвариантной коммуникативной целью интернет-комментария независимо от тематики статьи-стимула. При этом было установлено, что интернет-комментарий к статьям культурной тематики не имеет фиксированного характера. Сопоставительный анализ комментариев к англоязычным интернет-статьям политической и культурной тематики также позволил определить вариации в иерархии коммуникативных целей интернет-комментария в зависимости от тематики статьи-стимула. При выполнении исследования применялся понятийно-терминологический аппарат и методы теории жанроведения и теории интернет-коммуникации. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего развития теории веб-жанроведения, для оптимизации анализа эффективности работы СМИ.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: веб-жанроведение; веб-жанр; интернет-статья; интернет-комментарий; политический комментарий; жанровые характеристики.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Каменева Вероника Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Кемеровский государственный университет; 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 6, к. 6404; e-mail: russia_science@mail.ru.

Вопросы, касающиеся жанровых особенностей интернет-комментария, рассматриваются зарубежными учеными на протяжении 20 лет. Разработкой данной проблематики отечественные лингвисты стали заниматься в последние пять лет. Обзор научной литературы по данному вопросу позволил сделать вывод о том, что, во-первых, в отечественном языкознании преобладают работы, связанные с изучением дифференциальных жанрообразующих особенностей комментария как такового. Во-вторых, было установлено, что работы, посвященные изучению интернет-комментария, фокусируются, как правило, на каком-то одном из аспектов текстов данной жанровой принадлежности. Например, на сюжетном или стилистическом аспекте речевых произведений данного жанра [Сидорова 2014; Стексова 2013; Стексова 2014а] или на аспекте порождения и восприятия интернет-комментариев [Савельева 2013]. В-третьих, в работах, посвященных интернет-комментариям, наиболее актуальны методологические вопросы, связанные с тем, какими приемами, методами анализировать подобный жанр, какие выбирать подходы к его изучению, какой понятийно-терминологический аппарат [Степанова 2013]. Появляются работы, выполненные на материале различных языков, что со временем позволит теории виртуального жанроведения [Crowston 2000; Dillon 2000; Eissen 2004; Killoran 2006; Miller 2003; Shepard 1998] перейти на новую стадию обобщения [Кошель 2013; Сидорова 2014; Стексова 2014б].

Согласно имеющимся теоретико-практическим данным, интернет-комментарий в ос-

новном преследует две коммуникативные цели: выражение оценки описываемых в статье людей, их действий или событий [Сидорова 2014] и прескрипцию [Стексова 2014]. Закономерно возникает вопрос о том, насколько эти данные можно экстраполировать на интернет-комментарии к статьям-стимулам различной тематики. Иными словами, будет ли наблюдаться подобная инвариантность коммуникативных целей в зависимости от тематики статей, к которым дается комментарий? В этой связи в данном исследовании нами ставились следующие задачи: установить, какие коммуникативные цели имеют интернет-комментарии на английском языке к статьям политической тематики, и идентифицировать, какие коммуникативные цели имеют интернет-комментарии на английском языке к статьям культурной тематики. Не случайно были выбраны политика и культура. Как известно, политика всегда идеологически ангажирована, а следовательно, и оценочна. Как правило, эти оценки навязываются, насаждаются доминирующей социальной группой или классом. В то время как культура основывается на общечеловеческих ценностях, которые, как правило, социально одобряемы и разделяются большинством представителей [Каменева 2007; Каменева 2013].

Для установления иерархии коммуникативных целей комментария к статьям политической тематики методом сплошной выборки были отобраны 200 комментариев. В ходе анализа были установлены следующие коммуникативные цели англоязычных интернет-комментариев к статьям политиче-

ской тематики: выражение оценки (87 из 200); репрезентация или описание некоторого положения дел (65 из 200); прескрипция (47 из 200); возложение обязательств на себя (1 из 200).

Как видно из приведенных данных, коммуникативные цели интернет-комментариев на английском языке к статьям политической тематики демонстрируют иерархию коммуникативных целей, которая несколько отличается от признанной за интернет-комментариями на русском и французском языках. Проведенный анализ позволил подтвердить, что интернет-комментарии очень экспрессивны и содержат оценочную лексику, позволяющую четко понять отношение автора комментария к содержанию статьи-стимула. У всех интернет-комментариев к статьям политической тематики был отмечен отрицательный вектор оценок. В комментариях содержатся оценочные слова, слова с негативными коннотациями, слова и фразы с негативной семантикой. Приведем примеры: *the most corrupt* (самый коррумпированный); *the most deceitful* (самый лживый); *the most incompetent* (наименее компетентный); *after 6 failed years* (спустя 6 провальных лет); *destroy our relationships* (разрушить наши отношения); *a waste of tax payer money* (напрасная трата денег налогоплательщиков); *wasting our money* (тратя впустую наши деньги); *village idiot* (местный деревенский дурачок); *stupid people* (глупые люди); *fools* (дураки); *nauseating* (тошнотворный); *disgusting* (отвратительный); *illegal* (незаконный); *thugs* (головорезы); *criminals* (преступники); *threats* (угрозы); *problems* (проблемы); *the poorest countries* (самые бедные страны); *poor* (бедный).

Второе место в иерархии коммуникативных целей интернет-комментариев на английском языке к статьям политической тематики занимает репрезентация или описание некоторого положения дел (65 из 200). Как правило, в интернет-комментариях дается информация о статьях закона или поправках к нему, о деньгах налогоплательщиков, потраченных политическими деятелями, о фактах биографий политических деятелей: сроках их работы в должностях, карьерных вехах и т. д. Приведем примеры.

1. *The trips to Hawaii cost the taxpayer about \$16,000,000 and it was estimated that the last Africa trip cost about \$100,000,000!* (Поездки на Гавайские острова обошлись налогоплательщикам в 16 миллионов долларов. Было подсчитано, что последняя поездка в Африку стоила около 100 миллионов долларов.)

2. *The effort to remove the natural-born citizen requirement from the U.S. Constitution actually began in 1975.* (В действительности, первая

попытка исключить раздел из статьи Конституции США, гласящий, что только гражданин США по праву рождения может быть избран президентом, была предпринята в 1975 году.)

3. *Hotel accommodations for First Lady Michelle Obama's two-day trip to Cambodia required 85 rooms and cost taxpayers \$242,500, according to a government contract released Friday.* (Согласно опубликованной правительством в пятницу информации, стоимость 85 номеров в отеле, где проживала первая леди (Мишель Обама) в Камбодже в течение двух суток, составила 242 500 долларов налогоплательщиков.)

4. *Obama had visited Kenya multiple times before entering politics and in 2006 as a US senator.* (Обама много раз посещал Кению до начала своей политической карьеры и в 2006 году — уже в качестве сенатора США.)

На третьем месте в иерархии коммуникативных целей интернет-комментариев на английском языке к статьям политической тематики находится прескрипция. Комментаторы напрямую обращаются к политике, о котором идет речь в статье-стимуле, к правительству своей страны, к средствам массовой информации, к гражданам своей страны или всем читателям. Приведем несколько примеров.

1. *Please stay in Kenya, Mr. President. It is best for both, Kenya and America if you don't return.* (Мистер президент, пожалуйста, останьтесь в Кении! Будет лучше и для Кении, и для Америки, если вы не вернетесь!)

2. *Hillary for president of Turkey!* (Хиллари в президенты Турции!)

3. *Media, journalist, please be honest and report the actual happenings in this election cycle.* (Средства массовой информации, журналисты, пожалуйста, честно освещайте все то, что касается избирательной кампании.)

Рассмотрим, какие коммуникативные цели имеют интернет-комментарии на английском языке к статьям культурной тематики. Для установления иерархии коммуникативных целей комментария к статьям культурной тематики также методом сплошной выборки были отобраны 200 комментариев. Согласно полученным данным, в иерархии коммуникативных целей на первом месте идет выражение оценки, затем репрезентация или описание некоторого положения дел и на последнем месте — прескрипция. Обратимся к первой из указанных коммуникативных целей — выражению оценки (129 из 200). Интернет-комментарии на английском языке к статьям культурной тематики в 123 из 129 случаев содержат оценочные слова, слова с негативными коннотациями, слова и фразы с негативной семантикой. Приведем

примеры: *She wasted 100 gallons of paint!* (Она понапрасну истратила 100 галлонов краски!); *a mess* (грязь); *Can't stand that song* (не выношу эту песню); *What a horrid song* (Какая ужасная песня); *Could have been much worse* (могло быть еще хуже); *drives me nuts* (сводит меня с ума); *idiotic* (дурацкий, идиотский); *corpse* (труп); *masochist* (мазохист); *sad* (грустный); *insane* (сумасшедший); *horror* (ужас) (все примеры, приводимые в работе, взяты из интернет-комментариев к указанным в списке статьям).

Из 129 были отмечены только 7 комментариев, выражающих положительную оценку. Например: *It's nice to know there are still stations, somewhere that actually have live DJs in the station* (отрадно знать, что еще есть радиостанции, где работают ди-джеи). Полученные данные позволяют говорить об отличии в оценочности между комментариями к статьям политической и культурной тематики.

На втором месте в иерархии коммуникативных целей стоит репрезентация или описание некоторого положения дел (42 из 200). Как показал анализ, в комментариях к интернет-статьям культурной тематики приводится информация, касающаяся общеизвестных фактов из культуры в общем или жизни социума. Приведем несколько примеров: *The building belongs to the person who paid for it* (здание принадлежит тому, кто заплатил за него); *This is just a radio stunt that has been used for decades, only difference is the song choice* (этот прием десятилетиями используется радиостанциями, отличаются только песни).

Завершает список коммуникативных целей интернет-комментария на английском языке к статьям культурной тематики прескрипция (29 из 200). Согласно полученным данным, составители комментариев обращаются к различным адресатам: герою статьи-стимула, его близкому окружению, коллегам и руководству, читателям статьи. Приведем несколько примеров: *get a few more gallons of paint and pour over them!* (найдите еще несколько галлонов краски и вылейте краску на них!); *Just pour paint down the side of another building* (Просто облейте краской другое здание); *He should of course be fired* (он, конечно же, должен быть уволен); *he should be publicly flogged, humiliated, and thrown in jail* (он должен быть публично выпорот, унижен и брошен в тюрьму); *Fire him* (Увольте его); *He should be barred from ever working in radio again* (ему должны запретить когда-либо снова работать на радиостанции); *Keep calm and wait patiently* (сохраняйте спокойствие и терпеливо ждите); *Do it again* (Сделайте это снова).

Сопоставление полученных нами данных с результатами, опубликованными другими исследователями, позволило сформулировать следующие выводы. Во-первых, выражение оценки может считаться инвариантной коммуникативной целью интернет-комментария независимо от тематики статьи. Во-вторых, оценочность интернет-комментария может варьироваться в зависимости от тематики статьи-стимула. Комментарии к статьям политической тематики имеют только отрицательную оценочность, в то время как комментарии к статьям культурной тематики имеют как отрицательную, так и положительную оценочность. Это еще раз подтверждает наше предположение о том, что тематика статей-стимулов может выступать определяющим фактором в дифференциации характера оценки и степени ее выраженности.

В-третьих, в англоязычных интернет-комментариях независимо от тематики наблюдается фиксированная иерархия коммуникативных целей: на первом месте идет выражение оценки, далее репрезентация и прескрипция.

Данные, полученные в ходе предпринятого исследования, позволяют наметить следующие перспективы. В настоящее время нет примеров комплексного анализа композиционной специфики интернет-комментария и нет исследований когезии и когерентности интернет-комментариев. Данные научные изыскания позволят качественно дополнить теорию веб-жанроведения.

ИСТОЧНИКИ (СТАТЬИ-СТИМУЛЫ)

1. Ted Cruz's campaign: 'Obama wants your guns' by Michael Walsh Jan. 6, 2016. URL: <https://www.yahoo.com/politics/ted-cruz-campaign-obama-wants-your-guns-213406276.html> (date of access: 15.01.2016).
2. Rubio is not a Republican Obama. And that's his problem by Matt Bai. Dec. 31, 2015. URL: <https://www.yahoo.com/politics/rubio-is-not-a-republican-obama-and-thats-his-161955503.html> (date of access: 15.01.2016).
3. Why Hillary Clinton's online persona doesn't connect with minorities by Alyssa Bereznak. Dec. 31, 2015. URL : <https://www.yahoo.com/politics/why-hillary-clintons-online-persona-doesnt-145508124.html> (date of access: 10.01.2016).
4. Obama plans first presidential trip to Kenya, father's homeland by Andrew Beatty. March 30, 2015. URL : <http://news.yahoo.com/obama-travel-kenya-july-white-house-140526771.html> (date of access: 10.01.2016).
5. 'Zombie Nativity' man challenges Ohio zoning violation case by Dan Sewell. Jan. 5, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/zombie-nativity-man-pleads-not-guilty-ohio-zoning-194453175.html> (date of access: 10.01.2016).
6. Austrian radio jockey punished for playing 'Last Christmas' 24 times by Shadia Nasralla. Dec. 23, 2015. URL: <http://news.yahoo.com/austrian-radio-jockey-punished-playing-last-christmas-24-124644997-rah.html> (date of access: 10.01.2016).
7. Detroit artist sues to protect enormous mural on building. The Associated Press. Jan. 6, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/detroit-artist-sues-protect-enormous-mural-building-192632015.html> (date of access: 10.01.2016).
8. Ted Cruz's campaign: 'Obama wants your guns' by Michael Walsh Jan. 6, 2016. URL: <https://www.yahoo.com/politics/ted-cruz-campaign-obama-wants-your-guns-213406276.html> (date of access: 15.01.2016).

9. Rubio is not a Republican Obama. And that's his problem by Matt Bai. Dec. 31, 2015. URL: <https://www.yahoo.com/politics/rubio-is-not-a-republican-obama-and-thats-his-161955503.html> (date of access: 15.01.2016).

10. Why Hillary Clinton's online persona doesn't connect with minorities by Alyssa Bereznak. Dec. 31, 2015. URL: <https://www.yahoo.com/politics/why-hillary-clintons-online-persona-doesnt-145508124.html> (date of access: 10.01.2016).

11. Obama plans first presidential trip to Kenya, father's homeland by Andrew Beatty. March 30, 2015. URL: <http://news.yahoo.com/obama-travel-kenya-july-white-house-140526771.html> (date of access: 10.01.2016).

12. 'Zombie Nativity' man challenges Ohio zoning violation case by Dan Sewell. Jan. 5, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/zombie-nativity-man-pleads-not-guilty-ohio-zoning-194453175.html> (date of access: 10.01.2016).

13. Austrian radio jockey punished for playing 'Last Christmas' 24 times by Shadia Nasralla. Dec. 23, 2015. URL: <http://news.yahoo.com/austrian-radio-jockey-punished-playing-last-christmas-24-124644997-rah.html> (date of access: 10.01.2016).

14. Detroit artist sues to protect enormous mural on building. The Associated Press. Jan. 6, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/detroit-artist-sues-protect-enormous-mural-building-192632015.html> (date of access: 10.01.2016).

ЛИТЕРАТУРА

15. Каменева В. А. Лингвокогнитивные средства выражения идеологической природы публицистического дискурса (на материале американской прессы) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. — Кемерово, 2007.

16. Каменева В. А. Манипуляция и/или пропаганда? Функциональные особенности социальной рекламы // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44). С. 35—39.

17. Кошель П. В. Французский интернет-комментарий как речевой жанр // Проблемы речевого воздействия в современной романистике. — М., 2013. С. 80—90.

18. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2014.

V. A. Kameneva
Kemerovo, Russia

INTERNET COMMENTARY ON INTERNET POLITICAL AND CULTURAL ENGLISH LANGUAGE ARTICLES: THE COMMUNICATIVE PURPOSE

ABSTRACT. *The article presents a review of scientific papers on the study of commentary in the genre studies. The author defines what aspects of Internet commentaries more often attract the attention of scholars in Russia. The article analyzes commentaries on Internet political and cultural articles and provides a comparative analysis of their communicative purposes. The main objective of the current research was to identify invariant communicative purposes of commentaries on Internet articles. The author proves that the expression of the reader's opinion may be regarded as the main invariant communicative purpose of Internet commentaries regardless of the topic of the article. It has been revealed that Internet commentaries on political articles are inevitably characterized by negative evaluation, while Internet commentaries on cultural articles have no fixed nature. Comparative analysis of commentaries on Internet political and cultural English language articles also allowed the author to identify and analyze changes in communicative purposes hierarchy depending on the topic of the article. The research was carried out using the terminology and methods of genre studies and Internet communication theory. The obtained results can be used for further development of the theory of web genre studies and for the optimization of analysis of mass media effectiveness.*

KEYWORDS: *web genre studies; web genre; Internet article; Internet commentary; political commentary; genre peculiarities.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kameneva Veronika Aleksandrovna, Doctor of Philology, Professor of Department of English Philology, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.*

REFERENCES

1. Ted Cruz's campaign: 'Obama wants your guns' by Michael Walsh Jan. 6, 2016. URL: <https://www.yahoo.com/politics/ted-cruz-campaign-obama-wants-your-guns-213406276.html> (date of access: 15.01.2016).

2. Rubio is not a Republican Obama. And that's his problem by Matt Bai. Dec. 31, 2015. URL: <https://www.yahoo.com/politics/rubio-is-not-a-republican-obama-and-thats-his-161955503.html> (date of access: 15.01.2016).

3. Why Hillary Clinton's online persona doesn't connect with minorities by Alyssa Bereznak. Dec. 31, 2015. URL : <https://www.yahoo.com/politics/why-hillary-clintons-online-persona-doesnt-145508124.html> (date of access: 10.01.2016).

4. Obama plans first presidential trip to Kenya, father's homeland by Andrew Beatty. March 30, 2015. URL : <http://news.yahoo.com/obama-travel-kenya-july-white-house-140526771.html> (date of access: 10.01.2016).

19. Савельева И. В. Вариативность стратегий текстовосприятия и текстопорождения: лингвоперсонологический аспект (на материале текстов политических интернет-комментариев) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Кемерово, 2013.

20. Стексова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. 2014а. №1—2 (9—10). С. 81—88.

21. Стексова Т. И. Дискурсивные практики языковой игры в ироничных интернет-комментариях // Лингвистика креатива — 3. — Екатеринбург, 2014б. С. 303—315.

22. Стексова Т. И. Речевая агрессия в интернет-комментариях как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. 2013. № 3. С. 77—81.

23. Степанова Л. Н. Комментарий в современном информационно-коммуникативном пространстве: перспективы лингвистического исследования // Современная филология. — Уфа, 2013. С. 94—97.

24. Crowston K., Williams M. Reproduced and Emergent Genres of Communication on the World Wide Web // The Information Society / Taylor & Francis Inc., 2000. Vol. 6. P. 201—215.

25. Dillon A., Gushrowski B. A. Genre and the Web: is the Personal Home Page the First Uniquely Digital Genre? // Journ. of the American Society for Information Science / John Wiley & Sons, Ltd. 2000. Vol. 51, № 2. P. 202—205.

26. Eissen S., Stein B. Genre Classification of Web Pages: User Study and Feasibility Analysis // Advances in Artificial Intelligence / S. Biundo, T. Fruhwirth, G. Palm (eds.). — Berlin : Springer, 2004. P. 256—269.

27. Killoran J. B. Self-published Web resumes — Their purposes and their genre systems // Journ. of Business and Technical Communication. — N. Y. : Sage Publications, 2006. Vol. 20, Iss. 4. P. 425—459.

28. Miller H., Arnold J. Self in Web Home Pages: Gender, Identity and Power in Cyberspace // Towards Cyber Psychology: Mind, Cognitions and Society in the Internet Age. — Amsterdam : IOS Press, 2003. P. 73—94.

29. Shepard M., Watters C. R. The Evolution of Cybergenres // Proceedings of the 31st Annual Hawaii International Conference on System Sciences. IEEE Computer Society Press, 1998, P. 97—109.

news.yahoo.com/obama-travel-kenya-july-white-house-140526771.html (date of access: 10.01.2016).

5. 'Zombie Nativity' man challenges Ohio zoning violation case by Dan Sewell. Jan. 5, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/zombie-nativity-man-pleads-not-guilty-ohio-zoning-194453175.html> (date of access: 10.01.2016).

6. Austrian radio jockey punished for playing 'Last Christmas' 24 times by Shadia Nasralla. Dec. 23, 2015. URL: <http://news.yahoo.com/austrian-radio-jockey-punished-playing-last-christmas-24-124644997-rah.html> (date of access: 10.01.2016).

7. Detroit artist sues to protect enormous mural on building. The Associated Press. Jan. 6, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/detroit-artist-sues-protect-enormous-mural-building-192632015.html> (date of access: 10.01.2016).

8. Ted Cruz's campaign: 'Obama wants your guns' by Michael

Walsh Jan. 6, 2016. URL: <https://www.yahoo.com/politics/ted-cruz-campaign-obama-wants-your-guns-213406276.html> (date of access: 15.01.2016).

9. Rubio is not a Republican Obama. And that's his problem by Matt Bai. Dec. 31, 2015. URL: <https://www.yahoo.com/politics/rubio-is-not-a-republican-obama-and-thats-his-161955503.html> (date of access: 15.01.2016).

10. Why Hillary Clinton's online persona doesn't connect with minorities by Alyssa Berezna. Dec. 31, 2015. URL: <https://www.yahoo.com/politics/why-hillary-clintons-online-persona-doesnt-145508124.html> (date of access: 10.01.2016).

11. Obama plans first presidential trip to Kenya, father's homeland by Andrew Beatty. March 30, 2015. URL: <http://news.yahoo.com/obama-travel-kenya-july-white-house-140526771.html> (date of access: 10.01.2016).

12. 'Zombie Nativity' man challenges Ohio zoning violation case by Dan Sewell. Jan. 5, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/zombie-nativity-man-pleads-not-guilty-ohio-zoning-194453175.html> (date of access: 10.01.2016).

13. Austrian radio jockey punished for playing 'Last Christmas' 24 times by Shadia Nasralla. Dec. 23, 2015. URL: <http://news.yahoo.com/austrian-radio-jockey-punished-playing-last-christmas-24-124644997-rah.html> (date of access: 10.01.2016).

14. Detroit artist sues to protect enormous mural on building. The Associated Press. Jan. 6, 2016. URL: <http://news.yahoo.com/detroit-artist-sues-protect-enormous-mural-building-192632015.html> (date of access: 10.01.2016).

15. Kameneva V. A. Lingvokognitivnye sredstva vyrazheniya ideologicheskoy prirody publitsisticheskogo diskursa (na materiale amerikanskoy pressy) : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — Kemerovo, 2007.

16. Kameneva V. A. Manimulyatsiya i/ili propaganda? Funktsional'nye osobennosti sotsial'noy reklamy // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 2 (44). S. 35—39.

17. Koshel' P. V. Frantsuzskiy internet-kommentariy kak rechevoy zhanr // Problemy rechevogo vozdeystviya v sovremennoy romanistike. — M., 2013. S. 80—90.

18. Sidorova I. G. Kommunikativno-pragmaticheskie kharakteristiki zhanrov personal'nogo internet-diskursa (sayt, blog, sotsial'naya set', kommentariy) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Volgograd, 2014.

19. Savel'eva I. V. Variativnost' strategiy tekstovospriyatiya i tekstoporozhdeniya: lingvopersonologicheskiy aspekt (na materiale tekstov politicheskikh internet-kommentariy) : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Kemerovo, 2013.

20. Steksova T. I. Kommentariy kak rechevoy zhanr i ego variativnost' // Zhanry rechi. 2014a. № 1—2 (9—10). S. 81—88.

21. Steksova T. I. Diskursivnye praktiki yazykovoy igry v ironichnykh internet-kommentariyakh // Lingvistika kreativa — 3. — Ekaterinburg, 2014b. S. 303—315.

22. Steksova T. I. Rechevaya agressiya v internet-kommentariyakh kak proyavlenie sotsial'noy napryazhennosti // Politicheskaya lingvistika. 2013. № 3. S. 77—81.

23. Stepanova L. N. Kommentariy v sovremennom informatsionno-kommunikativnom prostranstve: perspektivy lingvisticheskogo issledovaniya // Sovremennaya filologiya. — Ufa, 2013. S. 94—97.

24. Crowston K., Williams M. Reproduced and Emergent Genres of Communication on the World Wide Web // The Information Society / Taylor & Francis Inc., 2000. Vol. 6. P. 201—215.

25. Dillon A., Gushrowski B. A. Genre and the Web: is the Personal Home Page the First Uniquely Digital Genre? // Journ. of the American Society for Information Science / John Wiley & Sons, Ltd. 2000. Vol. 51, № 2. P. 202—205.

26. Eissen S., Stein B. Genre Classification of Web Pages: User Study and Feasibility Analysis // Advances in Artificial Intelligence / S. Biundo, T. Fruhwirth, G. Palm (eds.). — Berlin : Springer, 2004. P. 256—269.

27. Killoran J. B. Self-published Web resumes — Their purposes and their genre systems // Journ. of Business and Technical Communication. — N. Y. : Sage Publications, 2006. Vol. 20, Iss. 4. P. 425—459.

28. Miller H., Arnold J. Self in Web Home Pages: Gender, Identity and Power in Cyberspace // Towards Cyber Psychology: Mind, Cognitions and Society in the Internet Age. — Amsterdam : IOS Press, 2003. P. 73—94.

29. Shepard M., Watters C. R. The Evolution of Cybergenres // Proceedings of the 31st Annual Hawaii International Conference on System Sciences. IEEE Computer Society Press, 1998, P. 97—109.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.