

UDC 811.11–112:81'42

**Olena Bezzubova**

PhD in Philology, Associate Professor  
National Technical University of Ukraine  
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”  
Kyiv, Ukraine  
ORCID ID 0000-003-2767-7217  
[abezzubova@gmail.com](mailto:abezzubova@gmail.com)

## KOMMUNIKATIVER ASPEKT DER DEUTSCHSPRACHIGEN ELEKTRONISCHEN KOMMUNIKATION

**Abstract.** In der Medien- und Informationsgesellschaft spielt elektronische Kommunikation eine wesentliche Rolle. Die Evolution elektronischer Kommunikation führte zur Entstehung zahlreicher Kommunikationsformen, die die räumlich-zeitliche Reichweite der gesellschaftlichen Kommunikation bestimmen und qualitative Transformationen kommunikativer Prozesse prägen. Der vorliegende Artikel ist dem kommunikativen Verhalten von deutschsprachigen Benutzern im elektronischen Raum von WhatsApp, Twitter und Instagram gewidmet. Die Besonderheiten der untersuchten Kommunikationsdienste etablieren höhere technische Möglichkeiten kommunikativer Prozesse, denn es lassen sich Bilder, Audio-Dateien und Videos in den Text der Nachricht einfügen, was die Parameter des Textes verändert. Der Text, der im elektronischen Raum funktioniert, ist durch eine kurze Präsentation von Informationen gekennzeichnet und spiegelt relevante soziale, kulturelle und politische Prozesse in der Gesellschaft wieder.

**Schlüsselwörter:** Medien- und Informationsgesellschaft; elektronische Kommunikation; Kommunikationsformen; Kommunikationsdienste; Massenkommunikation; WhatsApp; Twitter; Instagram; Nachricht; Text.

### 1. EINFÜHRUNG

Kommunikation ist eine zentrale Voraussetzung für die Existenz und die Entwicklung von Gesellschaft. Die Alltagswelt ist dem Menschen nicht einfach vorgegeben, sondern muss immer wieder gemeinsam von den Gesellschaftsmitgliedern in einem sozialen Konstruktionsprozess neu geschaffen werden (Horst, 1994). Sozialer Konstruktionsprozess und soziale Interaktion werden durch soziale Kommunikation ermöglicht.

Elektronische Kommunikation als prägender Baustein der Informationsgesellschaft reicht in alle Bereiche des menschlichen Lebens hinein und bewirkt qualitative Transformationen kommunikativer Prozesse. Die Digitalisierung erschließt neue Kommunikationskanäle und Kommunikationsformen. Die moderne gesellschaftliche Kommunikation vollzieht sich im elektronischen Raum über populäre Kommunikationsformen, wie WhatsApp, Instagram, Twitter und Facebook, die räumliche und zeitliche Grenzen überwinden und als effizientes Medium des Datenaustausches und der Kommunikation implementiert sind. Unter den gegebenen technischen Bedingungen der elektronischen Kommunikation äußern sich die Kommunizierenden schnell, kurz und informativ.

In den letzten Jahren stehen elektronische Kommunikation und neue Kommunikationsformen im Fokus der sprachwissenschaftlichen Auseinandersetzung von deutschsprachigen und ausländischen Sprachwissenschaftlern, zwar von Androutopoulos, Beißwenger, Brommer, Crystal, Dang-Anh, Dürscheid, Fessler, Goroshko, Runkehl, Schlobinski, Schmidt, Siever, Storrer und anderen.

**Das Ziel** des vorliegenden Artikels ist den Stellenwert der Kommunikation via WhatsApp, Twitter und Instagram im Kommunikationssystem des 21. Jahrhunderts herauszufinden und deren kommunikativen Aufbau zu analysieren. Die Untersuchung elektronischer Kommunikation im privaten und geschäftlichen Umfeld erlangt eine hohe Aktualität.

## 2. METHODEN

Bei der Untersuchung wurden allgemeinwissenschaftliche Forschungsmethoden, nämlich die Analyse, Synthese und Verallgemeinerung, sowie disziplinspezifische Methoden, und zwar die kontextuelle Methode und die situative Methode, eingesetzt.

## 3. RESULTATE UND DISKUSSION

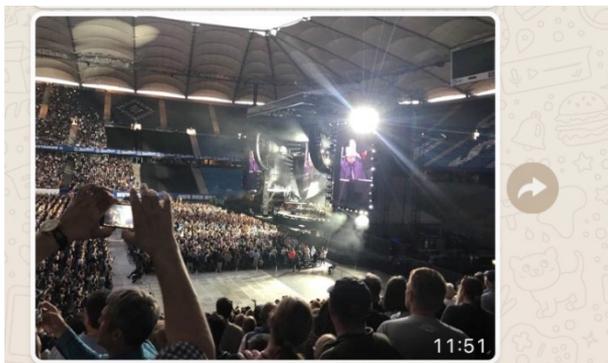
Die private Kommunikation transferiert in den Messenger-Dienst WhatsApp, der 83 Prozent der deutschen Online-Bevölkerung erreicht und längst auf schätzungsweise 400 Millionen Nachrichten pro Tag in Deutschland gewachsen ist (Gillen, 2017), z. B.: *Es wird vermutlich ein paar Minuten später, hänge im Verkehr fest...*

WhatsApp ist ein zeitgemäßer SMS-Nachfolger. Wie SMS sind auch WhatsApp-Nachrichten eine schriftbasierte, digitale „Keyboard-to-Screen-Kommunikation“ auf dem Smartphone mit einer Buchstabentastatur (Läubli, 2014).

Neben WhatsApp gibt es immer mehr kleinere Messenger, wie Threema, Telegram und Co. [Gillen, 2017], die das Modell der SMS-Nachricht kopieren. Die technischen Besonderheiten der Dienste etablieren aber höhere Möglichkeiten im kommunikativen Prozess, denn es lassen sich Bilder, Audios und Videos in den Text der Nachricht einfügen, z. B.:

11:49 *Guten Morgen*

*Ich habe gestern kein Fußball gesehen.*



11:50 *Ich war in einem Konzert von Billy Joel. Kennst Du ihn? War ein tolles Konzert*

11:51 *Tolle Stimmung*

11:52 *Dir einen schönen Sonntag ich*

In den WhatsApp-Nachrichten erzählt der Autor über die schöne Zeit am Samstagabend, den er am Konzert des Sängers Billy Joel verbrachte. Um die tolle Stimmung zu zeigen, schickte er ein Foto des Konzertes. In der privaten Kommunikation geht es nicht nur darum, Inhalte auszutauschen oder Neuigkeiten zu verbreiten, sondern auch darum, in Relation mit anderen Menschen zu treten (Cooke, 2012, s. 89).

Laut statistischer Angaben lag die SMS 2014 nur noch bei 63 Millionen. Es ist wohl auf absehbare Zeit trotzdem nicht davon auszugehen, dass die SMS komplett verschwinden wird. Sie bietet auch Vorteile, denn es ist keine Internetverbindung nötig, keine Verbindung zu Facebook und keine Begrenzungen auf Smartphones (Gillen, 2017), z. B., der Text der SMS-Nachricht: *Guten Abend, hast du meine Nachrichten erhalten? Liebe Grüße, Sebastian*

In dem oben genannten Beispiel bekam der Kommunizierende keine Reaktion auf seine geschickten WhatsApp-Nachrichten, weswegen er eine SMS-Nachricht an den Adressaten sandte. Die Popularität der SMS-Kommunikation kann durch deren Funktionalität und Demokratie erklärt werden. Die SMS ist einer der demokratischsten Dienste unseres Zeitalters (Биргер, 2004).

Kommunikation ist ein dynamischer Prozess, an dem mehrere Elemente – Sender (Produzent) und Empfänger (Rezipient), Nachricht (Text mit Information), ein gemeinsames Zeichensystem (Sprache), ein Kanal und ein situationell sprachlicher Kontext beteiligt sind. Die Auswahl des kommunikativen Kanals und der Patterns von Realisation der Interaktion trifft immer ein

Individuum, was gleichzeitig seine Identität und kulturelle Kompetenz indirekt betont.

SMS-Nachrichten und WhatsApp-Nachrichten verwandelten sich rasant zum relevanten Bestandteil der Interpersonellen Kommunikation. Zwei Kommunikationspartner treten durch eine sprachlich vermittelte Aussage in eine kommunikative Beziehung zueinander. Beide sind im Rahmen eines gesellschaftlichen Systems Mitglieder bestimmter sozialer Gruppen und in ihren Erfahrungen sowie in ihrem Verhalten von ihren jeweils individuell geprägten näheren Umwelten beeinflusst (Vater, 2001, s. 121).

Zum Zweck einer gegenseitigen Verständigung betreten Kommunikationspartner sowohl die „gegenständliche Ebene“ als auch die intersubjektive Ebene der Kommunikation. Auf der gegenständlichen Ebene versuchen sie, Verständigung über den mitzuteilenden Sachverhalt (das Objekt der Kommunikation) herzustellen. Auf der intersubjektiven Ebene versuchen sie, Verständigung über den pragmatischen Verwendungssinn der Aussage herzustellen. Zu diesem Zweck deuten sie wechselseitig ihr Verhältnis (ihre Beziehung) zueinander. Im Moment des Ablaufes eines Sprechaktes werden – was den Beziehungsaspekt der Aussage betrifft – im Bewusstsein beider Kommunikationspartner Erwartungen an das wechselseitige Verhalten aktualisiert. Erwartungen im Hinblick auf das sprachliche Verhalten des Gegenübers, die infolge des jeweils gültigen Wert- und Normgefüges mit der sozialen Position des anderen vereinbar erscheinen (Hauptmann, 2012, s. 123).

Die Nutzer kommunizieren sich über Kurznachrichten mit den Freunden/ Freundinnen, Partnern, Eltern, Familienangehörigen und Kollegen. Grundlegend dafür ist die Möglichkeit zum raschen und unkomplizierten Wechsel zwischen der Rolle des Rezipienten und der Rolle des Produzenten von Nachrichten. Typischerweise haben alle Kommunikationsbeteiligten den Verlauf der Vorkommunikation präsent, so dass bei der Planung eines neuen Kommunikationsbeitrags bei den an deren Beteiligten die Kenntnis der vorangegangenen Beiträge vorausgesetzt werden kann (Beißwenger, 2016, s. 5).

Das richtige Verständnis der Texte von Kurznachrichten gewährleisten freundschaftliche Beziehungen der Kommunizierenden, die Gemeinsamkeit deren apperzeptionellen Hintergrunds und die Situationsgebundenheit, wie z. B.: *Sry tut mir leid. Ich hab's voll vergessen. Ich denke lass uns getrennt schenken. Tina bekommt dann drei Geschenke da freut sie sich auch. Lg*

Kommunikation wird immer unter zwei Gesichtspunkten betrachtet: einerseits als Synthese aus Information, Mitteilung und Verstehen; andererseits als Zusammenschluss solcher Synthesen, auf dem basierend das Gesellschaftssystem (re)produziert wird. Die Selektion, die in der Kommunikation aktualisiert wird, konstituiert ihren eigenen Horizont, sie konstituiert das, was sie wählt, schon als Selektion, nämlich als Information. Das, was sie mitteilt, wird nicht nur ausgewählt, es ist selbst schon Auswahl und wird deshalb mitgeteilt (Horst, 1994, s. 148–149).

In der privaten Kommunikation verwirklicht die Retranslation der Existenz des Individuums in der Gesellschaft. Kommunizierende besprechen im elektronischen Raum via Kurznachrichten aktuelle Themen, wie *Ausbildung*: „Lernen in der Schule“, „Studium“, *Arbeitstätigkeit*: „Arbeit“, „Nebenjob“, *Freizeit*: „Partys“, „Shopping“, „Alkohol“, „Sex“, „Rauchen“, „Drogen“, *Interessen und Hobbys*: „Musik“, „Fußball“, „Computer“ u.v.a.m. Die Texte von privaten Kurznachrichten haben die sozial-gesellschaftliche Natur, indem sie Beschreibung und Wahrnehmung der Realität von Kommunizierenden, deren Gedanken, Gefühle und Emotionen demonstrieren, z. B., in folgenden 6 WhatsApp-Nachrichten expliziert der Adressant seine Bewertung der Spiele bei der Weltmeisterschaft 2018:

20.08 *Da ich beim Fußball nicht mitgespielt habe, bin ich auch nicht stolz.*

20.09 *Ich bin froh*

20.10 *Finde es aber traurig, dass die Mannschaft so lange braucht um zu begreifen, dass sie in der WM spielen.*

20.10 *Die beste Mannschaft soll gewinnen.*

20.11 *Gestern hat mir sehr gut die Kolumbianer gefallen*

Die Kommunikation realisiert sich mit Hilfe von Texten. Texte werden immer nur in bestimmten sozialen Zusammenhängen geäußert, d.h. dass ihnen immer nicht nur eine

kommunikative, sondern auch eine bestimmte soziale Funktion zukommt, und dass Kommunikation als >kommunikative Tätigkeit< eingebettet ist in ein Geflecht von Tätigkeiten, die unter bestimmten gesellschaftlichen und sozialen Bedingungen vollzogen werden (Gansel, 2009, s. 50–51).



Soziale Netzwerke prägen das Leben des Individuums und auch die Massenkommunikation. Gesellschaftliche, kulturelle und politische Akteure und Bürger nutzen stark Twitter. Prominente, zum Beispiel bekannte Schauspieler, Moderatoren, Komiker, Musiker, Sänger, Sportler, Politiker tauschen ihre Meldungen genauso wie jene, die nicht in der Presse auftauchen, beispielsweise Organisationen und Firmen, oder Privatpersonen mit dem dispersen Publikum aus, indem sie ihre Meinungen und Standpunkte sowie Stimmungen verbreiten und folglich mit Interessenten kommunizieren (Bezzubova, 2016, s. 209). Im folgenden Text der Twitter-Nachricht gratuliert Peter Altmaier – der Bundesminister für Wirtschaft und Energie, Mitglied des Deutschen Bundestages allen zum Weihnachten:

Peter Altmaier  
@peteraltmaier

*Ich freue mich für alle, die ein gutes Weihnachtsfest hatten & haben. Aber auch an die sollten wir denken, denen es heute weniger gut oder mies geht. Hier bei uns und überall in der. Weihnachten ist ein Fest für ALLE!*

Mitteilung ist die Selektion, die die Auswahl des Verhaltens betrifft, das die Information weitergibt. In der Mitteilung, die die Differenz zwischen ihr und der Information impliziert, wird die Information codiert, in eine Form verwandelt, die in der Welt, an die sich der Mitteilende wendet und in der sie funktionieren muss, verstanden werden kann. Der Mitteilende, der sich auf die Differenz von Information und Mitteilung bezieht, weiß sich dabei von einer Empfängerin, einem Empfänger der Mitteilung beobachtet, der ebenfalls Information von Mitteilung unterscheidet und den Mitteilenden dadurch zwingt, sein Agieren dementsprechend zu steuern (Horst, 1994, s. 149).

In der Twitter-Nachricht fordert der Bundesminister auf, an diesem schönen Fest an alle Menschen in Not zu denken. Der Appell des Politikers beinhaltet den politischen Inhalt, der Mitgefühl mit Menschen in Not reflektieren und seine demokratische Position und Toleranz für solche Menschen demonstrieren soll. Der Glückwunsch des Ministers zu Weihnachten rief negative Emotionen und Reaktionen von seinen Followers hervor, zwar:

Johannes H. Gilles @jhg\_90

*Daran glaube ich schon lange nicht mehr, Herr Altmaier! Im Gegenteil: Für mich ist das Weihnachtsfest mehr und mehr zu einem Fest des grenzenlosen Konsums und der immer weiter ausufernden Kapitalinteressen geworden, meiner Meinung nach!*

Moritz @ Fusselwurm, 25. Dezember 2018  
@jhg\_90 @peteraltmaier

*Welche Bedeutung das Weihnachtsfest für Sie hat, liegt in Ihrer Verantwortung allein, da kann der @peteraltmaier nix für. Frohe Weihnachten :)*

Sersto @Sersto, 25. Dezember

*„Weihnachten ist ein Fest für Alle!“? Aber doch nicht für die, denen ihre Kanzlerin September 2015 die Tür weit aufgemacht hat. Dadurch haben wir jetzt ca. 2 Millionen mehr Muslime im Land.*

Die Beobachter @diebeobachter, 25. Dezember

*Was ist für Sie eigentlich „uns“? Wir haben mit Ihnen gar nichts gemein. Ausser gemeine menschliche Grundbedürfnisse. Das ist doch was.*

Kommunizierende handeln stets in Abhängigkeit von ihren subjektiven, psychischen und sozialen Dispositionen. So wird der Kommunikator, was Inhalt (Stoffauswahl) und Gestaltung der zu produzierenden Aussage betrifft, beeinflusst von seiner Persönlichkeit und seinem Selbstbild (d.h. von den Vorstellungen, die er von seinem Beruf und seinen Aufgaben hat), von seiner Stellung im jeweiligen Redaktionsteam, von der publizistischen Institution, der er angehört, aber auch von seinen sonstigen sozialen Beziehungen. Desgleichen darf auch der Rezipient nicht unabhängig

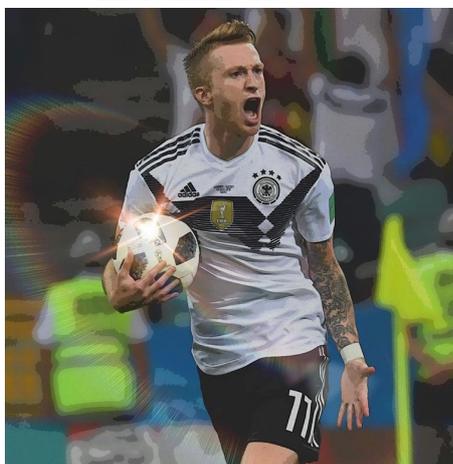
gesehen werden von seiner Persönlichkeit, seiner Selbstsicht, seinen sonstigen Gruppenzugehörigkeiten sowie von der konkreten Situation, in der er sich als Glied des dispersen Publikums den Aussagen der Massenmedien zuwendet. Diese Faktoren sind nicht nur mitverantwortlich für die Auswahl, die er aus dem massenkommunikativen Angebot trifft, sie beeinflussen auch seine Wahrnehmung, sein Erleben und damit die Wirkung der jeweils vermittelten Botschaften (Hepp, 2006, s. 259–260).

Die technischen Bedingungen der Twitter-Kommunikation machen es möglich, dass der Empfänger (Follower) auf Meldungen und Informationen explizit reagieren und kommentieren kann. Der Follower von Peter Altmaier Johannes H. Gilles kritisierte das Feiern von Weihnachten als Fest des grenzenlosen Konsums und betonte seine negative Einstellung zu Weihnachten. Der andere Follower Sersto übte Kritik an der Migrationspolitik von Angela Merkel und äußerte die Unzufriedenheit mit der Bundesregierung. Der nächste Follower mit dem Namen „Die Beobachter“ machte die deutliche Abgrenzung der Bürger von den Politikern, mit denen Bürger nur gemeinsame menschliche Grundbedürfnisse haben.

Twitter stellt eine dynamische und effektive Kommunikationsform dar – in Tweets wird abgebildet, was Twitternutzerinnen und -nutzer in einem bestimmten Augenblick erleben, diskutieren und die Öffentlichkeit wissen lassen wollen (Dang-Anh, 2013, s. 78–79).

Soziale Netzwerke sind eine Art begrenzter Bühnenraum mit öffentlicher Wirkung in der virtuellen Realität, wobei der Inhaber vollkommene Kontrolle darüber hat, was er von sich unter Zuhilfenahme welcher Mittel inszeniert (Gruber, 2014, s. 30). Bei jüngeren Nutzern steht hoch im Kurs das soziale Netzwerk Instagram, das auch zum Kontakt mit breitem Publikum verwendet wird. Die Popularität von Instagram wächst und erreicht in Deutschland mehr als 15 Millionen Nutzer. Der Bilderdienst Instagram ist Werbepattform mit privater und beruflicher Präsenz. Die Bilder sind Grundlage dafür, dass sich User untereinander austauschen und miteinander in Kontakt treten (Gruber, 2014, s. 31), z. B., die Instagram-Nachricht von Marco Reus (@marchinho11), in der er sich bei allen Fans für ihre Unterstützung bedankt:

**marchinho11**



**Gefällt 674.865 Mal**

**marchinho11** *Ich wollte es nicht versäumen, mich bei allen Fans zu bedanken, dass ihr mich bei der Wahl des @dfb\_fanclub zum Nationalspieler des Jahres 2018 auf Platz 1 gewählt habt.*

*Das motiviert mich extrem, auch im neuen Jahr wieder alles auf dem Platz zu geben!*

*#diemannschaft*

Der Nationalspieler von Borussia Dortmund Marco Reus hat 7,4 Millionen Abonnenten für sein Instagram-Profil, das erfolgreicher Selbstdarstellung, Selbstreflektion, Werbung und Kommunikation mit den Abonnenten dient. Auf Instagram gibt der Dortmunder Kapitän Einblick in seinen Alltag, zwar in sein Berufsleben, ehrenamtliche Tätigkeit und Privatleben. Da meldete Marco Reus über so wichtiges Erlebnis im Leben – Schwangerschaft seiner Freundin:

**marchinco11**

Gefällt 811.076 Mal

**marchinho11** Heute möchten wir eine wunderbare Nachricht mit Euch teilen: Scarlett und ich erwarten voller Vorfreude eine kleine Prinzessin! Wir sind übergücklich und keine Worte können dieses unglaublich schöne Gefühl beschreiben!

In Kontakt mit seinen Abonnenten kommt der Instagrammer in bildlicher und textueller Form, indem er das Bild und den Text verknüpft. Texte von Instagram-Nachrichten werden mit konkreten Intentionen produziert und existieren in einem situativ-sozialen Kontext. Die Kommentare von Abonnenten bilden einen Diskussionsstrang, in dem jedes Bild das Zentrum der Kommunikation bildet, von den Nutzern geschaffen, aufrecht erhalten, strukturiert und verändert wird (Gruber, 2014, s. 30–31), z. B., die Texte-Kommentare, die fröhliche Glückwünsche zum zukünftigen Nachwuchs von Marco Reus und zu seiner Familie explizieren:

**\_noele.25\_** Herzlichen Glückwunsch zur Geburt eurer Tochter ♥

**\_nik\_p\_** herzlichen glückwunsch zum neuen mitglied in eurer familie!

**mienchen\_1990** Herzlichen Glückwunsch ♥♥♥

**paul01.02.45** Herzlichen Glückwunsch und alles Gute für die kleine Borussin.

**ammiklaus** Hallo Marco, alles erdenklich Gute für Dich und Deiner Familie und Du siehst ja, die Borussen haben für Dich gewonnen. Gut so. Hauptsache wir werden Meister.

Kommunikation ist ein fundamentaler Bestandteil des menschlichen Daseins. Aktive Kommunikation auf Instagram lässt soziale Position in der heutigen Gesellschaft stärken und professionellen Erfolg ausweiten, löst aber die Grenze zwischen Privatheit und Öffentlichkeit auf. Instagram als Plattform für intensive Massenkommunikation wird zur Bühne der politischen Kommunikation, worin eine lohnende Perspektive für folgende Untersuchungen besteht.

#### 4. FAZIT UND AUSBLICK

Die Entwicklung der elektronischen Kommunikation führt zur Vermehrung von Kommunikationsformen, die effiziente Übertragung von individuellen Kommunikationsinhalten und dementsprechend Erfüllung der Kommunikationsziele ermöglichen. Die Nachrichten von sozialen Netzwerken sind relevante Elemente der modernen Kommunikation, die in Form von Text vorkommt. Texte im elektronischen Raum widerspiegeln soziale, kulturelle und politische Prozesse in der Gesellschaft, indem sie sich durch kurze Präsentation von Informationen kennzeichnen und als kurzer Text fungieren. Die Kürze als signifikantes stilistisches Charakteristikum von Texten der elektronischen Kommunikation, zwar von SMS-Nachrichten, WhatsApp-Nachrichten, Twitter-Nachrichten, Instagram-Nachrichten wird durch hohen Grad an Belastung von linguistischen Mitteln und Abschaffung von Redundanz erreicht.

#### REFERENCES

- Beißwenger, M. (2016). *Language and Media: Digital Communication*. Essen. [in German]  
 Bezubova, O. O. (2016). An insight into the investigation of the German Twitter communication. *Naukovi zapysky*

- NDU im. M. Hoholia. *Filologichni nauky*, 1, 206–213. [in German]
- Birger, P. (2004). *Mir v kaple vody* [The world in a drop of water]. *Ekspert Severo-Zapad*, 37(194). [in Russian]
- Cooke, M. (2012). *Science, Translation, Communication*. Wien. [in German]
- Dang-Anh, M., Einspänner, J., Thimm, C. (2013). Mediatisierung und Medialität in Social Media: Das Diskurssystem "Twitter". In M. Konstanze & M. Schwarz-Friesel (Hg.), *Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter. Wieviel Internet (v)erträgt unsere Gesellschaft?* (s. 68–91). Berlin, Boston: de Gruyter. [in German]
- Gansel, Ch., Jürgens, F. (2009). *Textlinguistik und Textgrammatik*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht. [in German]
- Gillen, T. (2017). *Slow death: How WhatsApp buries SMS*. Retrieved from <https://www.basicthinking.de/blog/2017/05/15/sms-whatsapp/> [in German]
- Gruber, Ch. (2014). Smartphones as a tool for Self-Expression. Gender Self-Presentation on the App „Instagram“. Wien. [in German]
- Hauptmann, S. (2012). *Sozial Media in Organisationen. Strukturierung und computervermittelte Kommunikation*. Wiesbaden: Springer Fachmedien. [in German]
- Hepp, A. (2006). *Transcultural Communication*. Konstanz: UVK. [in German]
- Horst, H. (1994). *Mediated Communication: Introduction to Concepts of Action Theory and Theories of Society*. Opladen: Westdeutscher Verlag. [in German]
- Läubli, M. (2014). *WhatsApp messages searched*. Retrieved from <https://www.nzz.ch/panorama/whatsapp-nachrichtengesucht-1.18312469> [in German]
- Vater, H. (2001). *Einführung in die Textlinguistik*. München: Fink. [in German]

**Olena Bezzubova. Communicative aspect of German electronic communication.** The article highlights communication as a key social component of the human life. The electronic communication plays an important role in the media- and information-oriented society. It is stated that the evolution of electronic communication results in the appearance of numerous forms of communication that define space-time limits of public communication and cause the qualitative transformations in the communicative processes. The article provides the insight into the matters of the German users' communicative behavior in such popular communicative environments as: WhatsApp, Twitter and Instagram. The peculiarities of the communication services studied increase the technical possibilities of the communication process, i.e. they allow integrating photo, audio, and video in the message text that changes the text parameters. The text that is functioning in the electronic space is characterized by the concise information presenting and gives an insight into the important social, cultural, and political processes in the society. The conciseness as a significant stylistic characteristic of electronic communication texts, in particular: SMS messages, WhatsApp messages, Twitter messages, Instagram messages is achieved by the heavier weight of linguistic means as well as elimination of repetition and unessential details.

**Keywords:** communication; communication services; electronic communication; forms of mass communication; Instagram; media- and information-oriented society; message; text; Twitter; WhatsApp.

**Олена Беззубова. Комунікативний аспект німецькомовної електронної комунікації.** Комунікація є центральним соціальним компонентом людського існування. У медіатизованому та інформаційному суспільстві електронна комунікація відіграє важливу роль. Еволюція електронної комунікації призводить до виникнення численних форм комунікації, які визначають просторо-часові межі суспільної комунікації та зумовлюють якісні трансформації комунікативних процесів. Стаття присвячена дослідженню комунікативної поведінки німецькомовних користувачів в таких популярних комунікаційних формах, як WhatsApp, Twitter та Instagram. Особливості досліджених комунікаційних служб збільшують технічні можливості комунікативного процесу – дозволяють інтегрувати фото, аудіо та відео у текст повідомлення, що змінює параметри тексту. Текст, який функціонує в електронному просторі, позначається стислою подачею інформації та відображає важливі соціальні, культурні та політичні процеси в суспільстві. Стилість як значуща стилістична характеристика текстів електронної комунікації, зокрема смс-повідомлень, повідомлень WhatsApp, Twitter та Instagram досягається підвищенням навантаженням лінгвістичних засобів та усуненням повторюваності та несуттєвих подробиць.

**Ключові слова:** електронна комунікація; комунікаційні служби; масова комунікація; медіа- та інформаційно-орієнтоване суспільство; смс-повідомлення; текст; форми комунікації; Instagram; Twitter; WhatsApp.

Received: May 07, 2019  
Accepted: May 22, 2019