

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.12.28>

Кабалина Олеся Игоревна

[Языковое пространство креолизованных текстов популярных немецких инстаграм-блогеров](#)

В статье рассматриваются особенности организации текста в инстаграм-постах на примере немецкого языка. Целью исследования было раскрыть особенности основных текстовых категорий (целостности, связности, модальности, персональности, темпоральности и локальности) в креолизованных текстах популярных аккаунтов немецкого сегмента. Научная новизна заключается в комплексном представлении реализации функциональных особенностей обозначенных текстовых категорий в исследуемых типах текстов на основе имеющихся концепций по интерпретации текста. В результате установлено, что каждая из текстовых категорий реализует себя в вербальной и невербальной частях креолизованного текста, текстовые категории получают новые характеристики, в отличие от других типов текстов (не креолизованных). В итоге представлена общая модель текста инстаграм-поста с учетом выявленных закономерностей.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2020/12/28.html

Источник

[Филологические науки. Вопросы теории и практики](#)

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 12. С. 133-139. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2020/12/

[© Издательство "Грамота"](#)

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

<https://doi.org/10.30853/filmnauki.2020.12.28>

Дата поступления рукописи: 21.10.2020

В статье рассматриваются особенности организации текста в инстаграм-постах на примере немецкого языка. **Целью исследования** было раскрыть особенности основных текстовых категорий (целостности, связности, модальности, персональности, темпоральности и локальности) в креолизованных текстах популярных аккаунтов немецкого сегмента. **Научная новизна** заключается в комплексном представлении реализации функциональных особенностей обозначенных текстовых категорий в исследуемых типах текстов на основе имеющихся концепций по интерпретации текста. **В результате** установлено, что каждая из текстовых категорий реализует себя в вербальной и невербальной частях креолизованного текста, текстовые категории получают новые характеристики, в отличие от других типов текстов (не креолизованных). В итоге представлена общая модель текста инстаграм-поста с учетом выявленных закономерностей.

Ключевые слова и фразы: текстовые категории; интерпретация текста; креолизованный текст; инстаграм-пост; немецкий язык.

Кабалина Олеся Игоревна, к. филол. н.
Московский государственный областной университет
oi.kabalina@mgou.ru

Языковое пространство креолизованных текстов популярных немецких инстаграм-блогеров

Актуальность работы связана с появлением большего количества коммуникативных возможностей и анализом способов получения информации из интернет-источников. Тенденции использования Сети инстаграм-пространства для реализации различного рода социальных задач или продвижения личного бизнеса становятся правилом и быстро интегрируются в жизнь общества. В связи с этим, появление интернет-текстов обуславливает их исследование с позиций грамматики текста. Для достижения цели по выявлению особенностей функционирования шести категорий текста важно было решить следующие **задачи**: 1) определить материал для исследования и объяснить этот выбор; 2) обозначить особенности функционирования каждой из 6 текстовых категорий; 3) сделать выводы по полученной модели и интерпретировать результаты; 4) наметить векторы дальнейших исследований.

Основными **методами**, использованными в работе, стали описательный метод, сопоставительный метод, метод комплексного анализа, метод контекстуального анализа, метод сплошной выборки.

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых в области лингвистики текста [1-3; 5-7; 10; 14; 15; 18-21], паралингвистических средств [4; 19; 24], креолизованных текстов [1; 4; 7-9; 11-14; 16; 17; 23; 24].

Практическая значимость работы состоит в том, что полученные результаты проясняют модель креолизованного текста интернет-поста в немецком сегменте и могут быть использованы при разработке материалов по интерпретации текста.

Материалом для исследования послужили 4538 текстов постов немецкоязычного сегмента в инстаграм-пространстве. Критериями для отбора материала были выбраны: 1) популярность аккаунта; 2) объем текста поста; 3) язык текста (немецкий).

Объясним основания для выбора каждого из критериев. Критерий № 1 связан с количеством подписчиков на этот блог, то есть количеством людей, читающих и воспринимающих креолизованный текст. Так как любой текст воздействует на того, кто его просматривает, целесообразно определить, какой именно является самым читаемым, исследовать его структуру и функции. Критерий № 2 связан с объемом текста. Инстаграм-пространство предоставляет для написания текстов определенный максимальный объем, равный 2000 символам. Требовалось определить аккаунты, где есть тексты, наибольшие по допустимому объему, так как они предоставляют оптимальные возможности для исследования. Критерий № 3 – немецкий язык текста. Появление этого критерия связано с тем, что многие немецкие блогеры пишут не на немецком, а на английском языке, либо используют смешанный вариант представления информации. Поэтому в отобранном материале в текстах использован именно немецкий язык.

С учетом двух интернет-рейтингов, проанализированных на немецкой и русской платформах, для определения исследуемого сегмента были рассмотрены 14 аккаунтов, с общим числом подписчиков от 1 до 25 миллионов человек [21].

Таким образом, с учетом критериального анализа каждого обозначенного аккаунта, удалось выделить два, которые соответствуют заявленным критериям отбора. Третий аккаунт, который является самым популярным среди подписчиков, занимает 1-е место во всех рейтингах. В нем прослеживается явная доминанция иконического компонента креолизованного текста, и немецкий язык текстов иногда меняется на короткие комментарии на английском языке.

1. Самый популярный аккаунт – [@toni.kr8s](https://www.instagram.com/toni.kr8s) – имеет 25 миллионов 500 тысяч подписчиков и содержит 703 публикации [25]. Автор этого популярного аккаунта – немец Тони Кроос – футболист, которого очень

любят болельщики по всему миру. Блог демонстрирует фрагменты игр с участием Крооса, а также моменты из личной жизни спортсмена. Обозначим этот аккаунт знаком X.

2. Аккаунт *@bibisbeautypalace* имеет 7 миллионов 600 тысяч подписчиков и содержит 1558 публикаций [20]. Бианка Классен из города Кёльна рассказывала о красоте и моде на YouTube-канале, благодаря которому и стала известной. Её инстаграм-аккаунт демонстрирует счастливые семейные фотографии и рассказывает о красивом материнстве. Обозначим этот аккаунт как A1.

3. Следующий аккаунт – *@yvonnepfefferer* – представлен для 1 миллиона 300 тысяч подписчиков и содержит 2277 публикаций [26]. Этот блог считается очень популярным среди блогов про путешествия в немецком сегменте. Его автор, Ивонн Пфферер из Кёльна, пишет не только о поездках, во многом это блог о ее жизни и ее жизненной философии. Обозначим этот аккаунт как A2.

В основу модели, представленной в настоящем исследовании, легла концепция Е. Е. Анисимовой по интерпретации креолизованных текстов [1], исследования текста и его грамматических моделей М. Н. Левченко и др. соавторов [6], собственные авторские разработки [13], а также концепции ученых, посвященные тексту, текстовым категориям, текстообразующим функциям [3; 18; 22; 23].

В результатах исследования отражены особенности реализации следующих текстовых категорий в инстаграм-текстах-постах: целостность (Таблица 1), связность (Таблица 2), модальность (Таблица 3), персональность (Таблица 4), темпоральность (Таблица 5), локальность (Таблица 6).

Таблица 1. Целостность в инстаграм-тексте

№	Реализация целостности текста	X	A1	A2
1.	Доминирующая функция невербальной части	+		-
2.	Равноценное функционирование вербальной и невербальной частей	-		+
3.	Сопровождающая функция невербальной части		-	
4.	Декоративная функция невербальной части		-	

Таблица 2. Связность в инстаграм-тексте

№	Реализация связности текста	X	A1	A2
Содержательный уровень				
1.	Прямая денотативная соотнесенность между вербальными и иконическими знаками	+		-
2.	Опосредованная денотативная соотнесенность	-		+
Содержательно-языковой уровень				
3.	Эксплицитно выраженная связность (структурная/идентифицирующая/дейктическая)	Идентифицирующая связность		
4.	Имплицитно выраженная связность (на основе соотнесения обоих компонентов)	Достигнута через наречия места, имена собственные, местоимения 1 л. ед. и мн.ч., через определенный артикль		
Содержательно-композиционный уровень				
5.	Внутренняя (семантическая) соотнесенность компонентов	Связь изображения со всем текстом поста		
6.	Внешняя (визуальная) соотнесенность компонентов	Иконические и вербальные компоненты находятся в одном визуальном поле, иконическое изображение всегда предшествует вербальному		

Таблица 3. Модальность в инстаграм-тексте

№	Реализация модальности текста	X	A1	A2
1.	Совпадение модальных ключей вербальной и невербальной частей		+	
2.	Несовпадение модальных ключей вербальной и невербальной частей		-	
3.	Контрастность модальных ключей вербальной и невербальной частей		-	

Таблица 4. Персональность в инстаграм-тексте

№	Реализация персональности в тексте	X	A1	A2
1.	Представлена в иконической и вербальной частях	Часто через изображение самого автора текста на представленном фото, в тексте – через личные местоимения первого, второго лица ед.ч. и первого лица мн.ч., через неопределенно-личное местоимение, модальные глаголы, вопросы риторического содержания, безличные предложения, вводные слова		

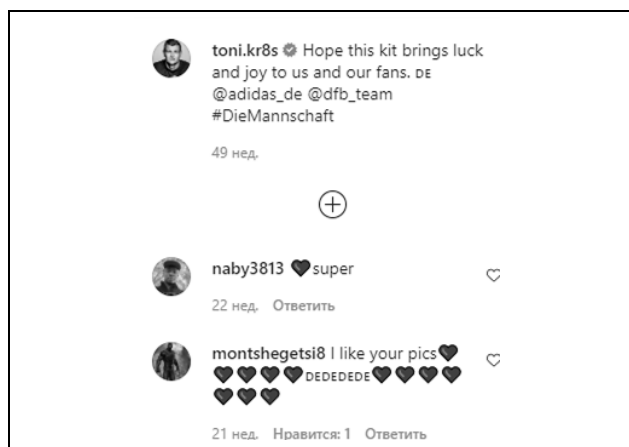
Таблица 5. Темпоральность в инстаграм-тексте

№	Особенности темпоральной структуры	X	A1	A2
1.	Темпоральная детерминация	Автосемантическая (указана дата публикации)		
2.	Насыщенность текста темпоральными указателями	Средняя	Высокая	
3.	Наличие временных подсистем	Временная система в иконической части и временная система авторской речи		
4.	Моно-/политемпоральный тип текста	Политемпоральный		
5.	Стержневая форма повествования	Презенс		
6.	Композиционно-хронологические модели	Параллельная (вербальная и невербальная часть); на уровне вербальной части преимущественно последовательная		
7.	Временной дисконтинуум	Отмечен, с преобладанием ретроспективных нарушений на уровне вербальной части за счет обращения к иконической части		
8.	Языковой состав	Неоднородный, автосемантический маркер даты размещения коррелирует с наречиями времени и остальными лексическими единицами в тексте поста, имеющими временное значение		

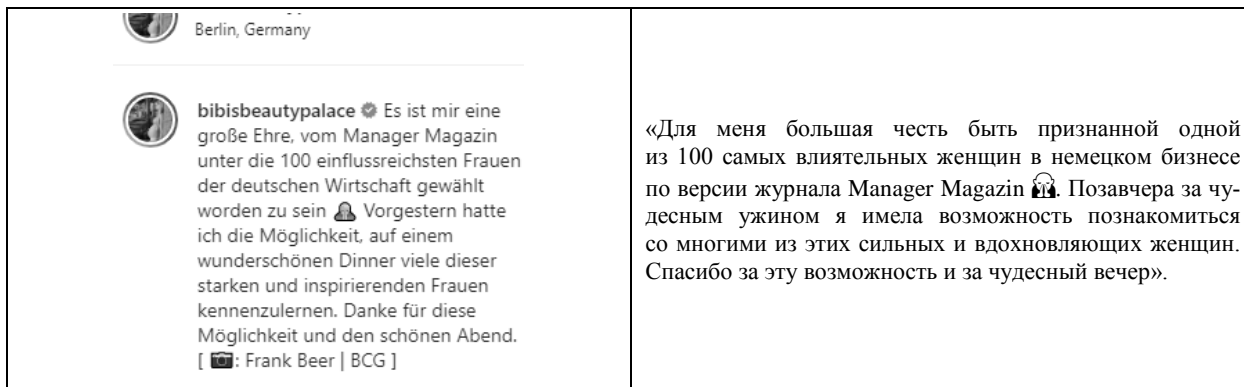
Таблица 6. Локальность в инстаграм-тексте

№	Особенности локальной структуры	X	A1	A2
1.	Локальная детерминация	Автосемантическая (указано место публикации)		
2.	Насыщенность текста локальными указателями	Высокая		
3.	Концентрация локальных маркеров в рамках одного предложения	Редко	Часто	
4.	Наличие двух локальных систем в вербальной и невербальной части	Взаимодействие локальной системы в вербальной части с локальностью в иконической части. Системы дополняют и поясняют одна другую		
5.	Моно-/полилокальный тип текста (смена пространства)	Полилокальный		
6.	Состав языковых средств локальной организации текста	Неоднородный: существительные с предлогами места и наречия места; географические названия; существительные и глаголы, имеющие значения, связанные с локальностью; придаточные предложения места		

Поясним полученные результаты по каждой из категории текста. На уровне категории целостности текста нами отмечены две тенденции. Первая связана с доминированием иконической части над вербальной. Вторая говорит о равноценном функционировании этих частей. Доминантный характер изображения отмечен нами в самом популярном аккаунте футболиста Тони Крооса [25]. Целостность реализована через взаимосвязь небольшого по объему текста и информативной фотографии. Автор не стремится сказать в тексте много (в большинстве случаев), так как его образ, представленный в невербальной части, настолько полон, что «говорит» сам за себя, и, предположительно, большой по объему текст воспринимался бы как что-то лишнее. Темы, обозначаемые спортсменом, раскрыты посредством больше невербальных, чем вербальных средств. Например, в следующем инстаграм-посте представлена фотография футболиста в форме и написан следующий текст:

 <p>toni.kr8s 🌟 Hope this kit brings luck and joy to us and our fans. 🇩🇪 @adidas_de @dfb_team #DieMannschaft</p> <p>49 нед.</p> <p>naby3813 ❤️ super</p> <p>22 нед. Ответить</p> <p>montshegets18 I like your pics ❤️ ❤️ ❤️ DEDEDEDE ❤️ ❤️ ❤️</p> <p>21 нед. Нравится: 1 Ответить</p>	<p>«Надеюсь, эта форма принесет удачу и радость нам и нашим поклонникам» (здесь и далее перевод автора статьи. – О. К.).</p>
--	--

Текст здесь имеет рекламную функцию и объединяет образ Тони Крооса и бренд “Adidas”, который известен хорошим качеством спортивной одежды. Категория целостности прослеживается через связь редуцированного (по использованию подлежащего) повествовательного предложения и уместно подобранной фотографии, на которой читатель продолжает наблюдать заданный текстом семантический вектор. В двух других аккаунтах (A1 и A2) наблюдалась иная закономерность, заключающаяся в равноценном функциональном воздействии вербальной и невербальной частей. Приведем примеры [20]:



Вербальная и невербальная часть взаимно дополняют друг друга. Из поста понятно, что фото сделано определенным фотографом и «привязано» к месту недавних событий. Иконическая часть имела бы другое значение без текстового комментария.

Категория связности на содержательном уровне может быть реализована разными способами. В аккаунте X часто прослеживается прямая денотативная соотнесенность между двумя частями креолизованного текста. Это объясняется спецификой аккаунта, который настроен так, что текст – это часто название темы фото или прямое указание событий на нем [25]. То есть и в том, и в другом коде знаки обозначают одинаковые предметы или явления объективной действительности. В двух других исследуемых аккаунтах (A1 и A2) более типична опосредованная денотативная соотнесенность через тематическую или ассоциативную связь. Например, под изображением девушки, которая сфотографирована сидящей на доске для сёрфинга, написан следующий текст:

“Vitamin Sea 🌊🌊🌊 #byesummer2020 Anzeige wie war euer Sommer 2020? Mein Sommer war wie bei euch wahrscheinlich auch, gaaaanz anders als erwartet, aber ich war ehrlich gesagt froh, dass man wenigstens ans Meer konnte, auch wenn es nicht unbedingt super weit weg von zuhause war, trotzdem war es schön!.....” [20]. / «Витамин – море 🌊🌊🌊 #byesummer2020. Как прошло ваше лето 2020? Моё лето, как и ваше, наверно, было совсем не таким, как ожидалось, но я была искренне рада, что я хотя бы смогла поехать на море, даже если оно было не очень далеко от дома, но все равно было приятно!». Текст под иконической частью даёт понимание намерения автора, ту мысль, которую он стремится выразить с помощью иконической части. Если предположить отсутствие пояснения в вербальной части, то можно было бы получить иные варианты на основании фото.

На содержательно-языковом уровне эксплицитно выраженная связность является идентифицирующей для всех исследуемых аккаунтов, реализована на языковом уровне местоимениями “ich”, “wir”, “man” и “mein”. Например: “Ich liebe es, dass das Wetter im Moment so gut ist...” / «Мне нравится, что погода сейчас такая хорошая...». Имплицитно выраженная связность реализована через наречия “hier”, “da”, через употребление имен собственных, называющих людей в невербальной части, через определенные артикли, например:

“Lio hat so einen Spaß hier und liebt es im Wasser zu plantschen” [Ibidem]. / «Лео так веселится здесь и любит плескаться в воде».

“Das sind wir: Die Familie Claßen ☺” [Ibidem]. / «Вот мы: семья Классен ☺».

На содержательно-композиционном уровне внутренняя соотнесенность компонентов установлена через связь иконической части с целым постом, представленным либо одним предложением (часто аккаунт X), либо целым абзацем (аккаунты A1, A2). По внешней соотнесенности отмечено расположение невербальной и вербальной частей в одном визуальном поле с предшествованием иконического компонента.

Категория модальности реализована через личностную оценку авторов текстов и «вплетена» во весь текст поста. Как правило, модальные ключи иконической и вербальных частей совпадают друг с другом во всех исследованных креолизованных текстах. На языковом уровне – это эпитеты, восклицательные и вопросительные предложения, использованные вместе с текстом символы в виде сердечек, улыбающихся смайликов (эмодзи), риторические вопросы и др., модальные глаголы. На невербальном уровне, в соответствующем тексте изображении, категория модальности выражена через эмоции автора, выбор соответствующего фона (яркий, контрастный), через композицию: все использованные приёмы имеют цель донести до читателя личное восприятие представляемых событий, мнений, впечатлений, эмоций.

Текстовая категория персональности находит свое выражение во всех типах аккаунтов. В каждом аккаунте на языковом уровне отмечены местоимения “ich, du, man, wir” (или возможная их редукция); ср.: “Ich mag lange Haare einfach!” [26]. / «Мне просто нравятся длинные волосы!» (начало текста под фото автора, демонстрирующего себя на фоне макового поля); “Ich lasse nichts unversucht und kämpfe für meine

Träume!» [Ibidem]. / «Я использую все возможности и борюсь за свои мечты!» (начало текста под фото с изображением лица автора); “Was **du** hast, **können** viele haben. Aber was **du** bist, **kann keiner** sein” [Ibidem]. / «То, что у тебя есть, могут иметь многие. Но таким, какой ты есть, не может быть никто» (текст под собственным изображением автора крупным планом); безличные предложения, сочетание местоимений с вводными словами, вопросы, ср: “Wie trägst du deine Haare? Lang oder kurz?” [Ibidem]. / «Какие у тебя волосы? Длинные или короткие?». На невербальном уровне категория персональности реализуется благодаря изображению в иконической части самого автора, одного или с теми персонами, о которых он хочет сообщить, через реализацию этой категории в тексте.

Темпоральность в популярных немецких аккаунтах представлена на уровне вербальной и невербальной частей. Особенности инстаграм-пространства является указание даты появления публикации, поэтому детерминация представляемых событий всегда будет носить автосемантический характер. Следующим признаком темпоральности являются два плана временного континуума – это непосредственно зафиксированный момент времени на фото и временной план текста. В темпоральности текста вербальной части «включаются» два плана – время, в котором автор находится на момент написания поста (условное настоящее), и время, которое необходимо для описания представляемых событий (прошлое). Временной план описываемых событий коррелирует с временным планом иконической части, который позволяет полностью раскрыть, дополнить и реализовать интенцию автора. Таким образом, темпоральность в креолизованном тексте имеет многоуровневый характер: время, представленное в иконической части, всегда будет предшествовать временному плану авторской речи и демонстрировать ретроспективную связь, так как фото сделано раньше, чем текст под ним (за исключением случаев, когда автор намеренно будет делать фото к тексту, который он уже придумал, но в случае инстаграм-ресурса это представляется, скорее, маловероятным). На уровне языка темпоральность выражена наречиями времени, которые сочетаются с конкретной датой публикации и иконической частью, реализуя темпоральность в полном объеме. В тексте отмечено сочетание двух временных систем: презенса и перфекта (за исключением глаголов «быть» и др. глаголов, которые не предпочитают использовать перфект для выражений событий в прошлом). Временной дисконтинуум связан с преобладанием ретроспективных нарушений. Например, следующий креолизованный текст в иконической части содержит фото нескольких произошедших событий, дата публикации 02.02.2020 г., текст подтверждает время событий в прошлом, в вербальной части используется перфект. Читатель легко может сориентироваться во временном дейксисе и понять последовательность [Ibidem]:

<p>yvonnepfefferer ● Last month 📅 #polaroid #nothingmore 23 Tage auf Bali - 12 verschiedene Unterkünfte an 8 unterschiedlichen Orten, 17 mal surfen, 8 Massagen, 66 Stunden unterwegs, haben jeden Tag 2 mal meditiert und fast jeden Tag ein kleines Workout gemacht. Haben uns ausschließlich gesund ernährt und jeder hat knapp 2kg verloren. Ich bin</p>	<p>«23 дня на Бали – 12 разных пребываний в 8 разных местах, 17 раз серфинг, 8 массажей, 66 часов в дороге, медитировали два раза в день, и почти каждый день была небольшая тренировка. Питались здоровой пищей и похудели на 2 кг. Я...»</p>
---	--

Категория локальности в инстаграм-текстах имеет, прежде всего, три основные особенности. Во-первых, в «шапке» профиля указывается некоторая информация, которая часто связана с географическим местом проживания блогера. Например, указание контактов или почты, по которым определяется страна. Во-вторых, часто на фото публикации непосредственно автором поставлена геометка репортажа. В-третьих, в вербальной части автор может часто использовать географические названия, обозначая это либо напрямую через реалию, либо с помощью хэштегов. Как в вербальной, так и в иконической части может быть представлено несколько локальных систем, поэтому тип этих текстов – полилокальный. Насыщенность текста локальными маркерами высокая. Состав языковых средств неоднородный: существительные с предлогами места и наречия места; географические названия; существительные и глаголы, имеющие значения, связанные с локальностью; придаточные предложения места. Отмечено наличие локальных систем – в вербальной и невербальной частях. В невербальной части наблюдается только одна локальная детерминация. В вербальной части могут существовать сразу несколько. Например, рассмотрим публикацию аккаунта A1 от 14.02.2020 г.: “Heute war so ein schöner Tag: Wir sind direkt nach dem Aufstehen **ins Meer** plantschen gegangen, haben was **im Sand** gespielt & danach gemütlich **an unserem Pool** gefrühstückt. Heutiges Highlight: Lio durfte gerade Fische füttern & hatte dabei soooo viel Spaß 🐬🐬 Wir genießen die Zeit **hier** sehr” [20]. / «Сегодня был такой приятный день: сразу после того, как мы встали, мы пошли плескаться **в море**, поиграли немного на песке и после этого уютно позавтракали у бассейна. Сегодняшняя изюминка: Лео разрешили покормить рыбу, и ему было очень весело 🐬🐬 Нам **здесь** очень нравится» (указана геолокация – Maldives Island). В невербальной части представлено изображение улыбающегося автора на берегу моря – единое локальное пространство. В вербальной части мы наблюдаем «переключение» одной локальности на другую: море-пляж-бассейн. Корреляции между иконической и вербальной частями полностью реализуют категорию локальности в креолизованном тексте. Иногда

еще больше раскрыть данную категорию помогают комментарии подписчиков, которые задают вопросы или выражают своё мнение по поводу места событий (характерно для аккаунта X) [25].

Таким образом, полученные нами новые знания о реализации шести основных текстовых категорий в популярных аккаунтах немецкого сегмента позволяют перейти к следующим *выводам*. Каждая категория имеет свои особенности реализации в креолизованном тексте, и это объяснимо структурой текста – наличием вербальной и невербальной частей, каждая из которой имеет свои функции, но реализует их в корреляции с другой частью. Если продемонстрировать популярный инстаграм-текст в виде модели, то получится следующая конфигурация: это текст с равноценно функционирующими вербальной и невербальной частями, с опосредованной денотативной соотносительностью между ними, с эксплицитно выраженной идентифицирующего типа связностью, с внутренней соотносительностью компонентов через связь изображения со всем текстом, при этом на внешнем уровне оба компонента находятся в одном поле. Это текст, в котором совпадают модальные ключи вербальной и невербальной частей, четко выражена категория персональности, присутствует автосемантическая темпоральная детерминация событий, отмечена высокая насыщенность темпоральными указателями. Это текст с наличием двух временных подсистем, с параллельными композиционными моделями в обеих частях, с презенсом в качестве стержневой формы повествования, с ретроспективным дисконтиномом, с автосемантической локальной детерминацией, высокой насыщенностью локальными указателями, полилокальный.

Реализация текстовых категорий в креолизованных текстах отличается от их реализации в других типах текстов (например, художественных, публицистических и т.д.). Полученные результаты обусловлены также типами текстов и заложенной в них задачей.

Направление дальнейших исследований может быть связано с выявлением особенностей функционирования текстовых категорий в типах текстов инстаграм-постов согласно их функциональным задачам, тематическому ракурсу в немецком сегменте, а также с сравнительным анализом немецкого и русского, немецкого и английского сегментов в соответствующих блогах.

Список источников

1. **Анисимова Е. Е.** Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Академия, 2003. 128 с.
2. **Беззубова Е. А.** Особенности смс-языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 3 (33). Ч. 1. С. 40-42.
3. **Дементьев В. В.** Жанры в меняющемся мире: креационистские потенции речевых жанров и эпистемологические потенции теории речевых жанров // Жанры речи. 2019. № 1 (21). С. 6-21. DOI: 10.18500/2311-0740-2019-1-21-6-21.
4. **Ейкалис Ю. А.** Паралингвистические средства коммуникации в текстах современных немецкоязычных комиксов // Вестник Оренбургского государственного университета. 2015. № 11 (186). С. 135-141.
5. **Климова Е. С.** Тематические векторы современной интернет-терминологии // Linguistica Juvenis. 2020. № 22. С. 102-114.
6. **Левченко М. Н., Елисеева А. А., Елистратова И. В., Захарова М. Ю., Казарина М. А., Тарасова О. И.** Интерпретация текста и его грамматических моделей (типологический аспект). М.: Изд-во МГОУ, 2013. 240 с.
7. **Левченко М. Н., Изгаршева А. В.** Креолизованный текст в системе «Интернет» // Вестник Московского государственного областного университета. 2018. № 4. С. 200-216.
8. **Мамонова Н. В.** Классификация постов в англоязычной социальной сети Инстаграм (лингвосинергетический аспект) // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 4 (426). С. 137-143.
9. **Медведева Е. В.** Instagram: пространство продвигающей коммуникации // Медиалингвистика. 2019. Т. 6. № 3. С. 369-380.
10. **Медведева Я. Е., Паламарчук А. А., Латышева М. А.** Англицизмы в речи современных инстаблогеров // Вестник современных исследований. 2019. № 1.1 (28). С. 158-160.
11. **Пархоменко И. И.** Специфика грамматического оформления высказываний на английском языке в сети Инстаграм [Электронный ресурс] // СтРИЖ: студенческий электронный журнал. 2019. № 4 (27). Ч. 2. С. 37-41. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_38547977_66327950.pdf (дата обращения: 15.11.2020).
12. **Поварницына М. В.** Специфика креолизованных текстов в массовой интернет-коммуникации [Электронный ресурс] // Universum: Филология и искусствоведение. 2015. № 6 (19). URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/2219> (дата обращения: 04.08.2020).
13. **Тарасова О. И.** Реализация жанровых признаков текстов документально-художественного повествования грамматическими средствами языка (на примере категорий темпоральности и локальности): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2003. 20 с.
14. **Терских М. В.** Инструменты рекламного продвижения в сети Instagram: жанровые и языковые особенности // Научный диалог. 2020. № 6. С. 178-189. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-6-178-189.
15. **Церюльник А. Ю.** Использование хэштега в инстаграм-блогах // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 6 (72). Ч. 2. С. 110-115.
16. **Чернявская В. Е.** Когнитивная лингвистика и текст: необходимо ли новое определение текстуальности? // Вопросы когнитивной лингвистики. 2005. № 2 (3). С. 77-83.
17. **Чигаев Д. П.** Способы креолизации современного рекламного текста: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2010. 25 с.
18. **Щурин Ю. В.** Жанровое своеобразие социальной сети Instagram // Жанры речи. 2016. № 1 (13). С. 156-168.
19. **Beißwenger M.** WhatsApp, Facebook, Instagram & Co.: Schriftliche Kommunikation im Netz als Thema in der Sekundarstufe [Электронный ресурс]. URL: https://www.uni-due.de/imperia/md/images/germanistik/beisswenger/beisswenger_reflexionsprache.pdf (дата обращения: 18.08.2020).
20. **Bibisbeautypalace** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/bibisbeautypalace/> (дата обращения: 11.08.2020).

21. **Instagram Top 10: Das sind Deutschlands beliebteste Instagrammer** [Электронный ресурс]. URL: <https://onlinemarketing.de/social-media-marketing/instagram-top-10-deutschland-instagrammer> (дата обращения: 04.08.2020).
22. **Klemm M.** Bloggen, Twittern, Posten und Co. Grundzüge einer Social-Media-Rhetorik // Jahrbuch Rhetorik. Berlin – Boston: De Gruyter, 2017. Bd. 36. H. 1. S. 5-30.
23. **Schach A.** Text und Bild in der Unternehmenskommunikation // Handbuch Sprache in den Public Relations. Springer Reference Sozialwissenschaften. Wiesbaden: Springer VS, 2017. S. 1-22. DOI: 10.1007/978-3-658-15750-0_13-1.
24. **Silber V.** Instagram-Beitrag als Textsorte: eine textlinguistische und stilistische Analyse: Diplomarbeit. Maribor, 2018. 96 S.
25. **Toni.kr8s** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/toni.kr8s/> (дата обращения: 11.08.2020).
26. **Yvonnepferret** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.instagram.com/yvonnepferret/> (дата обращения: 11.08.2020).

Linguistic Features of Creolized Texts of the German Blogosphere

Kabalina Olesya Igorevna, PhD
Moscow Region State University
oi.kabalina@mgou.ru

The article examines linguistic peculiarities of Instagram messages by the example of the German language. The research objective is as follows: to reveal specificity of manifestation of the basic textual categories (integrity, coherence, modality, personality, temporality and locality) in creolized texts of the German blogosphere. Scientific originality of the paper lies in the fact that relying on the existing approaches to the text interpretation, the author analyses specificity of textual categories manifestation in the texts under study. The following conclusions are justified: in a creolized text, each textual category is manifested at verbal and non-verbal levels; in creolized texts, in contrast to non-creolized ones, textual categories acquire new features. Relying on the findings, the researcher identifies typical linguistic features of an Instagram message.

Key words and phrases: textual categories; text interpretation; creolized text; Instagram message; German language.

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2020.12.29>

Дата поступления рукописи: 28.09.2020

Цель исследования – выявить особенности функционирования словосочетаний с расширенной ненормативной комбинаторикой глагола *to do* в современном английском языке. **Научная новизна** заключается в том, что при анализе употребления нестандартных словосочетаний с глаголом *to do* в англоязычной коммуникации впервые определяются наиболее распространенные тематические группы и выявляются лингвокультурные особенности функционирования подобных словосочетаний. **В результате** было установлено, что нестандартные словосочетания с глаголом *to do* используются как с целью усиления коммуникативного намерения, так и его смягчения, для сохранения лица коммуниканта, а также в качестве средства дистанцирования в словосочетаниях, связанных с эмоциональной сферой.

Ключевые слова и фразы: англоязычное речевое общение; нестандартная комбинаторика; глагол *to do*; коммуникативное намерение.

Кондрашова (Козьмина) Вера Николаевна, к. филол. н., доц.
Санкт-Петербургский государственный университет
vn_kondrashova@mail.ru

Нестандартная комбинаторика глагола *to do* в современном английском языке

Для успешной коммуникации необходим высокий уровень языковой и коммуникативной компетенции, который предполагает наличие у говорящего контекстных, интеракциональных и языковых знаний. Последний тип знаний включает не только владение лексикой и грамматикой, но и «знание конвенций и норм употребления единиц языка общения» [6, с. 7]. Одной из особенностей развития английского языка в XXI веке являются возникновение в речевом общении нестандартной комбинаторики разных частей речи, изменение границ традиционной лексической сочетаемости. Это, как правило, наблюдается в разговорном дискурсе. **Актуальность** исследования использования нестандартной комбинаторики глагола *to do* в современном английском речевом общении обусловлена важностью выявления новых тенденций в употреблении языковых единиц. Для проведения исследования необходимо решение следующих **задач**: охарактеризовать частеречную природу единиц, сочетающихся с глаголом *to do*; выявить наиболее распространенные ситуации, в которых эти словосочетания встречаются; определить, для каких коммуникативных целей используются подобные нестандартные словосочетания. **Материалом исследования** послужили произведения британских, ирландских и американских авторов XXI века.

Теоретическую базу исследования составили работы в области теоретической грамматики Н. А. Кобриной, Н. Н. Болдырева, А. А. Худякова [2] и контрастивной лингвистики И. В. Неделкова [5],