

ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН (С УКАЗАНИЕМ КОНКРЕТНОГО ЯЗЫКА ИЛИ ГРУППЫ ЯЗЫКОВ) / LANGUAGES OF PEOPLES OF FOREIGN COUNTRIES (INDICATING A SPECIFIC LANGUAGE OR GROUP OF LANGUAGES)

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.62.3>

ЭКСПРЕССИВНАЯ ЛЕКСИКА КАК РЕПРЕЗЕНТАТ ВИРТУАЛЬНОЙ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ БЛОГЕРА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Научная статья

Григорьева Е.А.^{1,*}

¹ ORCID : 0009-0000-2058-2958;

¹ Московский городской педагогический университет, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (kabrong[at]yandex.ru)

Аннотация

Целью исследования является выявление экспрессивных лексических средств, формирующих виртуальную языковую личность блогера в немецкоязычной туристической блогосфере, и стратегий их использования на примере конкретной виртуальной языковой личности блогера. Экспрессивная лексика как составляющая языковой личности, формирующая ее уникальность, ранее не рассматривалась в контексте трэвел-дискурса, что определяет научную новизну исследования. В работе проанализированы тексты, содержащие экспрессивные лексические единицы, способы их использования и выполняемые ими функции. Результаты исследования позволяют выделить характерные стратегии, применяемые рассматриваемой языковой личностью, которые проявляются в способах использования экспрессивной лексики, таких как: использование метафор с положительной коннотацией, идиом с концептами сердечности, волшебства, что позволяет блогеру сформировать позитивный имидж.

Ключевые слова: экспрессивные лексические единицы, виртуальная языковая личность блогера, немецкоязычный туристический медиадискурс, речевая маска блогера, экспрессивность.

EXPRESSIVE VOCABULARY AS A REPRESENTATIVE OF A BLOGGER'S VIRTUAL LINGUISTIC PERSONALITY IN GERMAN-LANGUAGE TOURIST MEDIA DISCOURSE

Research article

Grigorieva E.A.^{1,*}

¹ ORCID : 0009-0000-2058-2958;

¹ Moscow City University, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (kabrong[at]yandex.ru)

Abstract

The aim of the study is to identify expressive lexical means that form a blogger's virtual linguistic personality in the German-language travel blogosphere and strategies of their use on the example of a specific virtual linguistic personality of a blogger. Expressive vocabulary as a component of linguistic personality that forms its uniqueness has not been previously discussed in the context of travel discourse, which determines the scientific novelty of the research. The paper analyses the texts containing expressive lexical units, the ways of their use and the functions they perform. The results of the study allow to identify the characteristic strategies used by the studied linguistic person, which are manifested in the ways of using expressive vocabulary, such as: the use of metaphors with positive connotation, idioms with the concepts of cordiality, magic, which allows the blogger to form a positive image.

Keywords: expressive lexical units, blogger's virtual linguistic personality, German-language tourist media discourse, blogger's speech mask, expressiveness.

Введение

Блоги и сетевые дневники являются одной из основных форм Интернет-коммуникации, в рамках которой формируются новые типы и формы текстов, влияющие на развитие языка и создающие новые нормы речевого поведения. Поскольку формат блога предполагает специфическое межличностное взаимодействие и личностную самопрезентацию, принципиальное значение для анализа текстов блогосферы играет личность блогера и ее отражение в языке – языковая личность. В настоящее время в связи с развитием сетевых технологий научный интерес к особенностям языковой репрезентации личности в Интернет-пространстве и в частности к лексической составляющей личности возрастает, что составляет актуальность данного исследования.

Методы и принципы исследования

Теоретическая база исследования основана на трудах ученых, исследующих понятие экспрессивности: В.Н. Телии (1991), В.И. Шаховского (1998), Н.А. Лукьяновой (2015), М.Я. Блоха (2017). Концепт «языковая личность» рассматривался в работах В.В. Виноградова (1980), М.М. Бахтина (1979) в связи с проблемой соотношения образа автора и уникальной языковой личности в художественном тексте, а также в контексте лингвокультурологии в работах Е.В. Барсуковой (2002), В.В. Красных (1997), в трудах Г.И. Богина (1984), Ю.Н. Караулова (2019) и др., где рассматривался феномен языковой личности.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи: рассмотреть феномен виртуальной языковой личности в современном медиадискурсе; создать эмпирическую базу исследования на основе рассматриваемого блога; провести контекстуальный анализ экспрессивных лексических единиц с учетом специфики их употребления и функциональных особенностей для выявления стратегий их использования в рамках немецкоязычной туристической блогосферы.

В качестве методов исследования был использован метод сплошной выборки примеров из рассматриваемого блога и контекстуальный анализ примеров с целью выделить экспрессивные лексические единицы, определить способы их употребления и функции в тексте.

Материал исследования составили тексты постов немецкоязычного трэвел-блога социальной сети Инстаграм @travelchelle_, содержащие экспрессивные лексические единицы (Социальная сеть «Инстаграм» (Instagram) принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией, чья деятельность запрещена на территории Российской Федерации). Было рассмотрено 88 малоформатных текстов, содержащих экспрессивные лексические единицы и опубликованных в период 2022–2024 гг. в качестве текстового компонента мультимедийного поста, который включает в себя фотографию и подпись.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования (а именно – выявленные характерные для немецкоязычного медиадискурса экспрессивные лексические единицы и стратегии их использования в целях продвижения) могут быть использованы при изучении лексикологии немецкого языка, а также при изучении лингвистических аспектов рекламных и маркетинговых коммуникаций как примеры лексической экспрессивности в указанном дискурсе и языковой реализации личности блогера.

Обсуждение и результаты

Для того чтобы установить границы понятия «языковая личность» и выяснить, как она проявляется в тексте, следует в первую очередь обратиться к трудам Г.И. Богина. Так, Г.И. Богин трактует языковую личность как способность человека воспринимать и продуцировать речь, иначе говоря, «производить речевые поступки» [1, С. 3]. При этом Г.И. Богин выделил пять аспектов, характеризующих языковую личность, а именно правильность, интериоризацию, насыщенность, адекватный выбор и адекватный синтез [1, С. 31].

Ю.Н. Караулов подчеркнул сложный многоуровневый характер языковой личности, указав, что это в первую очередь совокупность нескольких способностей и характеристик, которые позволяют осуществлять речевую деятельность, выражение личности человека через язык и его уникальную речь, т. е. «личность, реконструированная в основных своих особенностях при помощи языковых средств» [2, С. 38]. При этом каждая языковая личность уникальна, поскольку она отражает индивидуальные психологические характеристики личности, которые, в свою очередь, формируются из субъективного взгляда на мир и системы ценностного говорящего, и из его социокультурного бэкграунда, этнических особенностей и т. п. [3, С. 116]. Об этом же говорит и Е.Д. Павлычева, обозначая важность таких факторов, как пол, возраст, положение в обществе, этническая принадлежность и принадлежность к определенному речевому сообществу для анализа языковой личности [4, С. 22-26]. Индивидуальность языковой личности, выражаемая через ее речь, выступает как культурный феномен [5].

В.В. Красных делает акцент на языковом сознании, носителем которого является человек. Являясь участником коммуникации и находясь в некоем культурном сообществе, человек объединяет в себе язык, культуру и лингвокультуру, являясь одновременно и их субъектом, и объектом за счет активного взаимодействия с ними [6, С. 24].

Языковую личность можно охарактеризовать с точки зрения определенных свойственных ей черт, выделяя таким образом тип языковой личности. В результате анализа наиболее характерных для данного типа языковой личности черт формируется ее речевой портрет. Таким образом, можно смоделировать «словарную личность» – максимально абстрактную языковую личность, содержащую типичные этнокультурные и социологические черты. При этом у словарной личности будут присутствовать определенные разновидности, выражаемые, например, в склонности к определенным лексико-семантическим группам слов [7, С. 16-17].

Моделирование словарной языковой личности позволяет выделить языковые характеристики, типичные для определенной категории или социальной группы, в частности для представителя блогосферы в туристическом Интернет-дискурсе. Интернет-коммуникация оказывает сильное влияние на проявление языковой личности ввиду ряда специфических черт сетевого дискурса, таких как анонимность, отсутствие прямых контактов между собеседниками и, соответственно, невербальных аспектов общения, нечеткие формальные правила коммуникации и ограниченные возможности контролировать их соблюдение, а также полное или частичное отсутствие этических, социальных, психологических барьеров (отметим, что большая часть Интернет-платформ старается отслеживать и удалять, например, нецензурную лексику или высказывания на определенные темы, что, однако, не гарантирует их полного отсутствия в Интернет-пространстве). Более того, в рамках блогинга меняется и сам формат общения, направленный на значительную анонимную аудиторию. В тоже время общение в рамках блога дает больше возможностей для самопрезентации и создания собственного имиджа, и языковая личность может проявлять себя по-разному в зависимости от коммуникативной ситуации и мотивации в каждом конкретном случае. Так, ученые говорят о наличии реальной языковой личности, которая проявляется во время живого общения, и виртуальной языковой личности, которую Интернет-пользователь, в том числе и блогер, создает самостоятельно. При этом виртуальная личность может быть улучшенным вариантом реальной личности или же личностью, созданной «с нуля», может изменяться при общении с определенными пользователями, а также может использоваться временно или постоянно в зависимости от коммуникативных потребностей пользователя [8]. Следовательно, при исследовании текстов блога рассматривается виртуальная языковая личность. В изучении проявлений виртуальной языковой личности также используют термин «речевая маска», которая, с одной стороны, включает в себя характеристики реальной языковой личности, но в то же время дополняет и видоизменяет их, подстраиваясь под требования Интернет-дискурса и используя свойственные этому дискурсу лингвистические средства [9], [10], [11]. Вместе с тем речевая маска позволяет автору текста

обозначить наличие коммуникативного статуса, т. е. позицию блогера относительно других коммуникантов — подписчиков, читателей блога — в рамках определенной иерархии [12]. Так, отношения могут выстраиваться по принципу повышения статуса, где блогер выступает на позиции авторитета, понижения, где главную роль в коммуникации играет аудитория, или позиция равенства, где блогер и аудитория находятся в равноправных отношениях. Последний тип наиболее характерен для блогов в социальных сетях.

Соответственно, речевая маска выступает как самостоятельная коммуникативная стратегия, осуществляемая виртуальной языковой личностью и позволяющая добиться отношений равного коммуникативного статуса, строится на коммуникативной мимикрии – манипулятивном воздействии на аудиторию с помощью изменения речевого поведения, например, разговорных паттернов, лексикона и т. п. таким образом, чтобы подстроиться под читателей/слушателей, «приспособиться» под их потребности [9, С. 119-126]. Другими словами, речевая маска создается путем отбора языковых средств, направленных на формирование определенного имиджа в сознании читателя, опираясь на некий образец или идеальное представление [13, С. 17]. Таким образом, устанавливаются тональность текста, его эмоциональный настрой и в то же время вкладывается авторская интенция, что формирует экспрессивность поста.

Под экспрессивностью понимается лингвистическая категория, включающая в себя такие зоны актуализации формально-семантической структуры языковой единицы, как эмотивность, оценочность и т. п. Так, В.Н. Телия понимает экспрессивность как результат совокупного действия субъективно ориентированных функций языка – оценочной, эмотивной [14]. Н.И. Лукьянова обозначает экспрессивность как свойство лексических единиц, которое позволяет выражать эмоциональное состояние говорящего в процессе коммуникации, осуществлять характеристику и субъективную оценку объектов и лиц, находящихся в окружении, усиливать впечатление адресата от воспринимаемой информации, а также оказывать на него влияние, побуждая к определенной ответной реакции и т. д. [15]. В.И. Шаховский рассматривает экспрессивность как средство воздействия на слушателя, в то время как эмотивность служит отражением эмоциональной оценки объектов мира: «...Эмотивность – то, что выражено, экспрессивность – то, как это выражено» [16, С. 57]. М.Я. Блох подчеркивает, что под эмотивностью понимается та часть высказывания, которая соответствует самовыражению говорящего и отражающая его впечатления, чувства, оценки. Экспрессивность же «передает смысл с намерением целенаправленно воздействовать на читателя, направленность впечатления на „ты, вы“» [17]. Е.А. Стародубцева также отмечает, что экспрессивность является результатом проявления эмотивности, оценочности, которые направлены на реципиента (т. е. читателя поста) с целью оказания прагматического воздействия [18, С. 57-62]. В случае трэвел-блогинга основным прагматическим воздействием является не прямое манипулятивное воздействие путем создания языковой личности как источника экспертного мнения и достоверности в данной сфере.

Говоря о специфике языковой личности в трэвел-блогинге, отметим следующее. В настоящее время сфера туризма все больше ориентируется на использование социальных медиа как средства привлечения и удержания туристов, что объясняет рост количества трэвел-блогов и их популярности [19]. Под трэвел-блогом понимается «совокупность личных постов и записей, содержащих в себе информацию о планируемых, текущих или предыдущих путешествиях автора блога» [20]. В то время как у блогинга во всех его проявлениях есть общие черты (тенденция к мультимедийности, ограничения размера сообщения в зависимости от платформы, стремление к так называемой устно-письменной речи, т. е. разговорности письменной речи) [21, С. 8], трэвел-блоги имеют свои характерные особенности, что определяет также и виртуальную языковую личность блогера. Речевой портрет трэвел-блогера включает в себя ряд характеристик, которые позволяют отнести его именно к любительскому туристическому сегменту Интернет-сообщества. Так, самопрезентация блогера формируется за счет его стиля жизни и деятельности, связанной с туризмом и путешествиями, при этом часто речь идет не о профессиональной принадлежности к туристической сфере, но в большей степени об образе жизни и мышления. В то же время посты трэвел-блога являются продвигающими текстами, для которых характерна непрямая реклама: блогер продвигает туристическое направление, отель или мероприятие с позиции своего личного позитивного опыта, используя не только логическую аргументацию, но и эмоциональное воздействие, которое «затрагивает чувства потребителя, его эмоции, ценности, желания, поэтому здесь важны языковые средства, которые могут вызвать положительные эмоции по отношению к товару» [22, С. 17].

Для анализа экспрессивных лексических единиц был выбран блог @travelchelle_, соответствующий критериям выборки: блог активен на момент проведения исследования; блогер – девушка-носитель немецкого языка, основную аудиторию также составляют девушки 20–40 лет [30]. С точки зрения гендерной лингвистики гендер играет значительную роль в формировании виртуальной языковой личности блогера. Так, для женщин в большей степени характерна эмоционально-окрашенная и оценочная лексика, использование интенсификаторов, образное мышление, что сказывается и на выборе лексических единиц для продвигающих или рекламных текстов [23, С. 175-179]. Кроме того, В.А. Плуныян отмечает, что в женской речи более частотное использование определений и модальных конструкций, которые выражают возможность, предположительность и неопределенность [24], что также было отмечено в ходе нашего исследования. Вместе с тем исследования гендерных речевых масок доказывают, что с целью достижения коммуникативной цели возможна сознательная актуализация того или иного пола, вследствие чего признаки мужской или женской речи усиливаются, чтобы сымитировать поведенческие стереотипы или усугубить их; так, типичная «женская» лексика может использоваться чаще или в большем синонимическом разнообразии [25].

В связи с вышесказанным при рассмотрении постов данного блогера в их совокупности стоит обратить внимание в первую очередь на изобилие образных выражений (метафор, эпитетов и т. п.) – 43% относительно всех рассмотренных единиц. Для того чтобы передать эмоциональное состояние, автор обращается к концепции удивительного, магического, нереального, подчеркивая особенный характер впечатлений и локаций (авторская орфография и пунктуация сохранены. – прим. Г.Е.):

(...) *Ich sterbe einfach geföhlt für diesen Ort... () und für all die Magie, die diese Ecke der Türkei mit sich bringt. (Я готова умереть ради этого места и ради магии, которую приносит этот уголок Турции.)*

(...) *Selten hat uns ein Hotel direkt nach dem ersten Tag, so heftig **verzaubert**, wie dieses. (Нечасто отель **околдовывал/очаровывал** нас с первого же дня так сильно, как этот.)*

Являясь нейтральными в своем первом значении, в контексте данных постов указанные лексические единицы приобретают экспрессивность и выражают позитивные ощущения от полученного опыта. Стратегия оценочности, таким образом, реализуется не с помощью прямых номинаций, а через метафоры с положительным значением.

Интересен также акцент на ощущениях блогера, переданный в метафорах, включающих в себя обращение ко внутренним переживаниям/состояниям, причем достаточно буквальное (внутреннее воодушевление, «внутренние антенны»).

(...) *Dadurch wurden bereits damals **meine innerlichen Antennen** an Manavgat und seinen wunderschönen Fluss **gebunden**. (Так мои **внутренние антенны** были связаны с Манавгатом и его прекрасной рекой.)*

Вероятнее всего, использованное в данном предложении выражение *meine innerlichen Antennen wurden an etw. gebunden* связано с коллокацией *eine Antenne für etwas haben/besitzen*, значение которой в корпусе DWDS (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache) приводится следующим образом: *besondere Aufmerksamkeit, Empfänglichkeit für etw.; ein feines Gespür für etw.* (особенная внимательность, чувствительность к чему-либо; острое чутье).

(...) *Denn wenn ich **auf meine innere Begeisterung höre** & nur das tue, was mich wirklich erfüllt, beweist es sich immer und immer wieder, dass ich all das Positive und Gute in mein Leben ziehe. (Потому что, когда я **прислушиваюсь к себе (досл. своему внутреннему энтузиазму/воодушевлению)** и делаю только то, что действительно меня радует, раз за разом оказывается, что я притягиваю в свою жизнь все самое позитивное и хорошее.)*

И антенны как метафора интуиции, и внутреннее воодушевление выражают не только сами положительные эмоции, но и их «глубинный», т. е. искренний характер.

Еще одно любопытное наблюдение – частотность использования экспрессивных выражений, содержащих компонент «сердце». Компонент-соматизм «сердце» универсален, поскольку «одинаковые свойства и функции частей тела человека сходным образом отражаются на фразеологии сопоставляемых языков» [26]. Более того, «сердце» как один из наиболее частотных соматизмов связано, с одной стороны, с параллелью «сердце — душа», т. е. с компонентами искренности, открытости, а с другой стороны, сердце как орган нервной системы отсылает к переживаниям, чувственному состоянию человека [27]. Таким образом, идиоматические выражения с компонентом «сердце» изначально обладают достаточно сильной экспрессивностью и способствуют реализации стратегии активизации образов как одной из семантических стратегий, описанных, например, в работах Д.Д. Бициган [28].

На основании этого можно сделать следующий вывод: выражения с данным соматизмом являются типичными для речевого портрета этого блогера, поскольку позволяют, с одной стороны, сделать акцент на собственном опыте (как и в предыдущем случае с обращением ко «внутреннему»), с другой стороны, добавить тексту изобразительности, сделать его менее сухим и более художественным. При этом блогер использует преимущественно устоявшиеся выражения, которые легко считываются и воспринимаются аудиторией.

(...) *Wie oft bin ich nun schon am Fluss von Manavgat spazieren gewesen & jedes Mal **hüpft mein Herz vor Freude** etwas schneller, wenn ich dorthin zurückkehre. (Как часто я ходила гулять у реки Манавгат, и каждый раз мое **сердце подпрыгивало от радости**, когда я сюда возвращалась.)*

«Сердце» нередко фигурирует в идиомах в качестве объекта, на которое воздействует определенное место или пережитый опыт; тем самым подчеркивается выразительная сила опыта. Поскольку выражения с этим соматизмом основаны на метафорическом переносе, с их помощью можно передавать достаточно сильные эмоциональные оттенки.

(...) *Sind diese #einfachmalmachen Momente, nicht genau die Momente, die das Leben zum Abenteuer werden & **das Herz innerlich zum Funkeln bringen lassen?** (Разве эти #сделатьхотьраз моменты — не те же моменты, которые превращают жизнь в приключение и **заставляют сердце искриться** изнутри)*

(...) *Bei einem bestimmten Ort, habe ich jedoch das Gefühl das er ganz unerwartet, mein **komplettes Herz erobert hat**. (Однако в одном особенном месте у меня возникло ощущение, что оно неожиданно полностью **захватило/похитило все мое сердце**.)*

(...) *Das ich die Türkei liebe & als meine zweite Heimat betrachte **lässt mein Herz stets höher schlagen**. (Тот факт, что я люблю Турцию и считаю ее своим вторым домом, всегда **заставляет мое сердце биться быстрее**.)*

(...) *...umso wichtiger ist es für mich persönlich stets **meinem Herzen zu folgen** und nach meinen Träumen und Wünschen zu greifen. (...Для меня лично тем более важно всегда **следовать за своим сердцем** и стремиться к своим мечтам и желаниям.)*

(...) *Ich habe mein **Herz erneut verloren**... Oh Mann... Istanbul! (Я снова **потеряла свое сердце** (Я снова влюбилась) ... О боже... Стамбул!)*

Рассмотренные выше примеры содержат идиомы с соматизмом «сердце» с позитивным значением. Однако можно встретить и идиомы с негативной коннотацией:

(...) *...und manchmal muss man eben auch Entscheidungen treffen, die einem **das Herz brechen**, aber gleichzeitig auch 100 neue Möglichkeiten aufzeigen und deiner **Seele** insgeheim wieder **den Frieden schenken**, den sie verdient... (...и иногда нужно принимать решения, которые **разбивают сердце**, но в то же время дают сотни новых возможностей и **возвращают твоей душе покой**, который она заслуживает...)*

Das Herz brechen имеет отрицательное значение, однако в данном случае в рамках мотивирующего сообщения необходим сильный образ для передачи тяжести принимаемых решений. В сочетании с *der Seele den Frieden schenken* предложение получает дополнительную образность и соответствует возвышенному настрою всего текста.

Не в последнюю очередь отметим, соматизм «сердце» используется для придания искренности, что повышает доверие читателя к сообщению:

(...) Eine absolute **Herzensempfehlung** ist übrigens dieses Cafe hier, welches wir jetzt bei unserem Besuch in Urgup entdeckt hatten. (Я от всего **сердца** рекомендую вам это кафе, которое мы открыли для себя во время нашего визита в Ургуп. (дословно: сердечная рекомендация))

Наряду с описанными выше экспрессивными единицами блогер использует и другие средства художественной выразительности, в частности идиомы и художественные тропы, как правило, связанные с выражением положительных эмоций. Например, встречается идиома *von den Socken hauen* — поражать, приводить в восторг:

(...) **Das Hotel hat mich einfach von den Socken gehauen...** (Этот отель меня просто **поразил**.)

Стоит подчеркнуть, что данное выражение является разговорным, как и рассмотренные выше идиомы, что позволяет сделать вывод об определенном лексико-семантическом уровне текстов: блогер выбирает выражения, характерные для разговорной речи, ориентируясь на язык своей целевой аудитории. Это соответствует коммуникативной стратегии сниженного стиля, которая позволяет за счет использования неформальной лексики «сломать барьер между читателем и адресантом» [28]. Количество разговорных и неформальных единиц составляет 22%.

В описаниях локаций нередко встречаются и олицетворения, представляющие собой 14% экспрессивных лексических единиц. Данный художественный прием в целом достаточно типичен для трэвел-блогинга, поскольку позволяет сместить субъектно-объектные акценты: не автор текста испытал определенные чувства, но что-то (море, солнце, Вселенная) их вызвало. Можно оценить это с точки зрения тема-рематического соотношения, как, например, в данном примере, где главную роль играет море — главная тема всего текста, аттрактив поста.

(...) **Das Meer hat angerufen und gefragt, wo ich bleibe.** (Море позвало меня и спросило, где я.)

В то же время олицетворение встречается и в качестве идиомы, о чем уже было сказано ранее:

(...) **Das Universum sendet mir zurzeit einfach extrem viele Zeichen, die mir eigentlich bereits verraten, wie ich mich entscheiden sollte...** (**Вселенная посылает мне слишком много знаков, которые подсказывают мне, какое решение я должна принять...**)

Не последнюю роль играют и оценочные лексические единицы, обозначающие модальность, главным образом выражающие значение необходимости выполнения определенного действия и составляющие 5%. Авторская модальность в первую очередь воплощает особенности личности автора, выражает его систему ценностей и манифестирует авторскую позицию в эмоционально-этической сфере [29, С. 116-118]. Таким образом, оценочные выражения модальности могут использоваться для расставления семантических акцентов в тексте, подчеркивая важные с позиции автора содержательные элементы в предложении и тем самым добавляя им экспрессивности, а также выступать в роли прямых указаний или рекомендаций. В примерах ниже можно заметить, что блогер использует выражения модальности по отношению к себе, причем не только в значении необходимости, но и возможности.

(...) **Nach ja, die Türkei hat einfach so viele wundervolle Ecken und mein größter Wunsch ist einfach noch ganz viele Ecken der Türkei besuchen zu dürfen.** (Да, в Турции так много замечательных уголков, и мое самое большое желание — это просто **позволить** себе посетить еще много уголков Турции.)

Позволить или разрешить себе сделать что-либо соотносится с позитивным опытом в контексте получения удовольствия или удовлетворения своих желаний; кроме того, данная лексическая единица может подразумевать преодоление внутренних преград, что также ассоциируется с положительными эмоциями.

Приведем также интересный пример сочетания нескольких рассмотренных выше средств выражения экспрессивности в их совокупности. Здесь одновременно присутствует и модальность за счет глагола *bringen*, олицетворение «места заставляют улыбаться», очередное обращение к соматизму «сердце» и параллелизм как один из способов выражения экспрессивности в синтаксисе за счет повторяющегося паттерна в построении ряда однородных членов предложения. С помощью такого сочетания экспрессивных средств блогеру удается описать локацию и эмоциональные впечатления от нее через имплицитную оценку.

Manche Orte bringen deine Augen zum Leuchten, deinen Mund zum lachen, machen dein Herz glücklich und tun deine Seele gut. (Некоторые места **заставляют** глаза загораться, рот — улыбаться, делают твоё **сердце** счастливым и радуют душу.)

Рассмотренные выше примеры в своей совокупности позволяют составить представление о тенденциях использования экспрессивной лексики, формирующей виртуальную языковую личность блогера с помощью стратегии речевой маски, которая включает в себя обилие средств художественной выразительности с положительной коннотацией (метафор, эпитетов, олицетворений), наличие типичных для данного автора лексических единиц, репрезентирующих понятия, связанные с эмпатией, чувственным опытом и внутренним миром (*Herz* и многочисленные идиомы с данной лексемой, *Magie, innere Begeisterung* и др.), акцент не на фактической информации и описаниях увиденного, но на впечатлениях, полученных во время путешествия. Использование указанных лексем дает блогеру возможность создать узнаваемую виртуальную языковую личность в виртуальном пространстве и таким образом сформировать у читателей позитивный имидж со своими характерными чертами.

Заключение

На основании анализа постов трэвел-блога *travelchelle_* можно выделить уникальные характеристики виртуальной языковой личности блогера, которые типичны для его речевой маски и которые за счет регулярного употребления формируют узнаваемость: читая тексты в похожем образном стиле и с теми же лексическими единицами, читатель начинает привыкать к ним, за счет чего формируется эффект знакомства с блогером, определенное доверие, что положительно влияет на продвижение блога и его эффективность. Признаками уникального авторского стиля на лексическом уровне могут быть лексемы, репрезентирующие определенные компоненты (*Magie, Herz, Zauber* — магия, сердце, волшебство, как в рассмотренном нами блоге), частотность употребления определенных слов или образов, использование художественных тропов, обращение к разговорной лексике; за счет экспрессивности эти лексические единицы оказывают на читателей аттрактивное, персуазивное, инспирирующее воздействие. В частности, данное

исследование позволило выделить экспрессивные лексемы, специфические для немецкого языка: избыточные в данном немецкоязычном блоге: идиоматические выражения с соматизмом Herz (*mein Herz hüpfte vor Freunde, Herz verlieren, Herz brechen, Herz folgen, Herz zum Funkeln bringen lassen*), устоявшиеся разговорные выражения (*von den Socken gehauen, der Seele den Frieden schenken*), олицетворения (*das Meer hat angerufen und gefragt, das Universum sendet mir Zeichen*), которые являются инструментами для стратегий оценочности, активизации образа и сниженного стиля. Обращаясь к чувственному восприятию, блогер выстраивает более доверительные отношения со своей преимущественно женской аудиторией и с помощью ярких образов делает рекомендательные посты более убедительными.

В качестве перспектив дальнейшего исследования заявленной проблематики можно назвать изучение экспрессивных лексических средств как репрезентата виртуальной языковой личности туристической блогосферы на примере других блогеров, что позволит получить более полную картину и составить модель языковой личности блогера в данном дискурсе.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Г.И. Богин. — Ленинград, 1984. — 31 с.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. — Москва : Книжный дом «Либроком», 2019
3. Бубнова И.А. Неопсихолингвистика, или психолингвистика личности: новое направление психолингвистических исследований / И.А. Бубнова; под ред. В.В. Красных // (Нео)психолингвистика и (психо)лингвокультурология: Новые науки о человеке говорящем. — Москва : Гнозис, 2017. — С. 97–179. — EDN ZODZLZ.
4. Павлычева Е.Д. Социолингвистический дискурс языковой личности / Е.Д. Павлычева // Sciences of Europe. Philosophical Sciences. — 2016. — № 6–3 (6). — С. 22–26. — EDN XLJSMV.
5. Барсукова Е.В. Языковая личность как категория исторической культурологии (на материале «Архива князя Воронцова») : дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Е.В. Барсукова. — Саранск, 2007. — 229 с. — EDN NOYVXJ.
6. Красных В.В. Словарь и грамматика лингвокультуры. Основы психолингвокультурологии / В.В. Красных. — Москва : Гнозис, 2016. — 493 с.
7. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. — Москва : Гнозис, 2004.
8. Поддубная Н.В. Специфика идентификации виртуальной языковой личности блог-коммуникации (на материале английского языка) / Н.В. Поддубная, С.А. Михиенко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2020. — Т. 13. — № 12. — С. 222–225. — DOI: 10.30853/filnauki.2020.12.45. — EDN TAWJH.
9. Шпильман М.В. Речевая маска в аспекте коммуникативной мимики / М.В. Шпильман // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2023. — № 4 (228). — С. 119–126. — DOI: 10.23951/1609-624X-2023-4-119-126. — EDN VRGRCD.
10. Высоцкая И.В. Метатекст и речевая маска автора (на примере жанра колонки) / И.В. Высоцкая, В.А. Марьянич // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. — 2020. — Т. 19. — № 6. — С. 180–193. — DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-180-193. — EDN DLQIXP.
11. Клейменова В.Ю. Эзопов язык интернет-коммуникации / В.Ю. Клейменова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. — 2023. — № 209. — С. 188–194. — DOI: 10.33910/1992-6464-2023-209-188-194. — EDN SQVACA.
12. Гладко М.А. Статусные речевые маски в коммуникативном пространстве массмедиа / М.А. Гладко // Norwegian Journal of Development of the International Science. — 2021. — № 68. — P. 36–38. — DOI: 10.24412/3453-9875-2021-68-36-38.
13. Кукс А.В. Конструирование речевой маски в игровом дискурсе (на материале видеотекстов юмористических выступлений) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А.В. Кукс. — Томск, 2010. — 22 с. — EDN ZOBOTV.
14. Телия В.Н. Экспрессивность как проявление субъективного фактора в языке и ее прагматическая ориентация / В.Н. Телия // Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности: коллективная монография. — Москва : Наука, 1991.
15. Лукьянова Н.А. Экспрессивная лексика разговорного употребления в семантическом аспекте / Н.А. Лукьянова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. — 2015. — Т. 14. — № 9. — С. 183–200. — EDN VHFLXR.
16. Шаховский В.И. Текст и его когнитивно-эмотивные метаморфозы (межкультурное понимание и лингвоэкология) / В.И. Шаховский, Ю.А. Сорокин, И.В. Томашева [и др.]. — Волгоград, 1998.
17. Блох М.Я. Интенсивность в жанрово-стилевой дифференциации художественного текста / М.Я. Блох, С.В. Десятская // Казанская наука. — 2017. — № 10. — С. 69–72. — EDN ZSOMFP.

18. Стародубцева Е.А. Некоторые актуальные вопросы изучения эмотивной семантики / Е.А. Стародубцева // Вестник Московского информационно-технологического университета – Московского архитектурно-строительного института. — 2021. — № 1. — С. 57–62. — DOI: 10.52470/2619046X_2020_1_57. — EDN IOTPII.
19. Зозуля Д.А. Роль социальных медиа, поисковых систем и мобильных приложений в привлечении и удержании туристов / Д.А. Зозуля // Вестник науки. — 2023. — Т. 4. — № 12 (69). — С. 129–134. — EDN ЕКСІНК.
20. Боровикова К.В. Тревел-блог как жанр интернет-дискурса / К.В. Боровикова, А.А. Семилетова // Амурский научный вестник. — 2020. — № 4. — С. 15–21. — EDN LTPLBA.
21. Колокольцева Т.Н. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : коллективная монография / Т.Н. Колокольцева, Е.И. Горошко, Е.Н. Галичкина [и др.]. — 4-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 328 с.
22. Собянина В.А. Аргументация как способ воздействия в рекламных текстах и ее языковые особенности / В.А. Собянина // Маркетинговая лингвистика в цифровую эпоху : сборник научных статей / сост. Е.Г. Борисова; под общ. ред. Л.Г. Викуловой. — Москва : ООО «Языки Народов Мира», 2021. — С. 16–21. — EDN GTCBNV.
23. Гальченко А.О. Гендерные особенности эмоционально-оценочной лексики рекламных текстов с позиций перлокутивного подхода (на материале английского языка) / А.О. Гальченко, Т.Г. Станчулак // Вестник Костромского государственного университета. — 2017. — Т. 23. — № 3. — С. 175–179. — EDN ZSUCDL.
24. Плунгян В.А. Почему языки такие разные? : монография / В.А. Плунгян // Популярная лингвистика. Серия: Наука и мир. — Москва : АСТ-Пресс Книга, 2010. — 272 с. — EDN PXWFSL.
25. Шпильман М.В. Гендерный аспект речевой маски: постановка проблемы и поиск ориентиров / М.В. Шпильман // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. — 2014. — № 3 (19). — С. 68–74. — DOI: 10.15293/2226-3365.1403.07. — EDN SFDVBL.
26. Шарманов В.В. Соматизм как компонент фразеологической единицы русского и немецкого языков / В.В. Шарманов // Universum: филология и искусствоведение. — 2014. — № 10 (12). — 3 с. — EDN STKUZH.
27. Шерстюкова О.В. Категориально-понятийное своеобразие фразеологических единиц с соматизмом сердце / О.В. Шерстюкова, Н.М. Карпухина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 6–1 (60). — С. 184–187. — EDN VUYUZT.
28. Бициган Д.Д. Лингвистические стратегии в дискурсе англоязычной кинокритики / Д.Д. Бициган // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. — 2011. — № 5. — С. 15–22. — EDN OXBHMR.
29. Донскова Е.Ю. Модальность в художественном тексте: система терминологических корреляций / Е.Ю. Донскова // Национальная Ассоциация Ученых. — 2015. — № 5–4 (10). — С. 116–118. — EDN YFTSMB.
30. @travelchelle_. — URL: https://www.instagram.com/travelchelle_ (letzter Zugriff: 22.10.2024).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Bogin G.I. Model' jazykovoј lichnosti v ee otnoshenii k raznovidnostjam tekstov ["The model of the linguistic personality in its relation to the varieties of texts] : abst. of dis. ... of PhD in Philology : 10.02.19 / G.I. Bogin. — Leningrad, 1984. — 31 p. [in Russian]
2. Karaulov Yu.N. Russkij jazyk i jazykovaja lichnost' [Russian Language and Linguistic Personality] / Yu.N. Karaulov. — Moscow : "Librocom" Book House, 2019. [in Russian]
3. Bubnova I.A. Neopsiholingvistika, ili psiholingvistika lichnosti: novoe napravlenie psiholingvisticheskikh issledovanij [Neopsycholinguistics, or personality psycholinguistics: a new direction of psycholinguistic research] / I.A. Bubnova; edited by V.V. Krasnykh // (Neo)psiholingvistika i (psih)lingvokul'turologija: Novye nauki o cheloveke govorjashhem [(Neo)psycholinguistics and (psycho)Linguoculturology: New sciences about the speaker]. — Moscow : Gnosis, 2017. — P. 97–179. — EDN ZODZLZ. [in Russian]
4. Pavlycheva E.D. Sociolingvisticheskij diskurs jazykovoј lichnosti [Sociolinguistic discourse of the language personality] / E.D. Pavlycheva // Sciences of Europe. Philosophical Sciences. — 2016. — № 6–3 (6). — P. 22–26. — EDN XLJSMV. [in Russian]
5. Barsukova E.V. Jazykovaja lichnost' kak kategorija istoricheskoi kul'turologii (na materiale «Arhiva knjazja Voroncova») [Linguistic identity as a category of historical culture (on the material "Archive of Prince Vorontsov")]: dis. ... of PhD in Culturology : 24.00.01 / E.V. Barsukova. — Saransk, 2007. — 229 p. — EDN NOYVXJ. [in Russian]
6. Krasnykh V.V. Slovar' i grammatika lingvokul'tury. Osnovy psiholingvokul'turologii [Vocabulary and Grammar: Fundamentals of Psycholinguistics] / V.V. Krasnykh. — Moscow : Gnosis, 2016. 493 p. [in Russian]
7. Karasik V.I. Jazykovoј krug: lichnost', koncepty, diskurs [Language Circle: Person, Concepts, Discourse] / V.I. Karasik. Moscow : Gnosis, 2004. [in Russian]
8. Poddubnaya N.V. Specifika identifikacii virtual'noj jazykovoј lichnosti blog-kommunikacii (na materiale anglijskogo jazyka) [Identification of Virtual Linguistic Personality in the Context of Blog Communication (by the Material of the English Language)] / N.V. Poddubnaya, S.A. Mikhienko // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philological Sciences. Issues of Theory and Practice]. — 2020. — Vol. 13. — № 12. — P. 222–225. — DOI: 10.30853/filnauki.2020.12.45. — EDN TAHWJH. [in Russian]
9. Shpilman M.V. Rechevaja maska v aspekte kommunikativnoj mimikrii [The verbal mask in terms of communicative mimicry] / M.V. Shpilman // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta [Tomsk State Pedagogical University Bulletin]. — 2023. — № 4 (228). — P. 119–126. — DOI: 10.23951/1609-624X-2023-4-119-126. — EDN VRGRCD. [in Russian]
10. Vysotskaya I.V. Metatekst i rechevaja maska avtora (na primere zhanra kolonki) [Metatext and the Speech Mask of the Author (In the Works of Columnists.)] / I.V. Vysotskaya, V.A. Maryanchik // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo

universiteta. Serija: Istorija, filologija [Bulletin of Novosibirsk State University. Series: History, Philology]. — 2020. — Vol. 19. — № 6. — P. 180–193. — DOI: 10.25205/1818-7919-2020-19-6-180-193. — EDN DLQIXP. [in Russian]

11. Kleimenova V.Yu. Jezopov jazyk internet-kommunikacii [Aesopian language in the internet communication] / V.Yu. Kleimenova // Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta im. A.I. Gercena [Proceedings: Herzen University Journal of Humanities & Sciences]. — 2023. — № 209. — P. 188–194. — DOI: 10.33910/1992-6464-2023-209-188-194. — EDN SQVACA. [in Russian]

12. Gladko M.A. Statusnye rechevyje maski v kommunikativnom prostranstve massmedia [Status speech masks in the communicative space of massmedia] / M.A. Gladko // Norwegian Journal of Development of the International Science. — 2021. — № 68. — P. 36–38. — DOI: 10.24412/3453-9875-2021-68-36-38. [in Russian]

13. Kuks A.V. Konstruirovanie rechevoj maski v igrovom diskurse (na materiale videotekstov jumorističeskikh vystuplenij) [Constructing a speech mask in game discourse (based on the material of video texts of humorous performances)] : abst. of dis. ... of PhD in Philology : 10.02.01/ A.V. Kuks. — Tomsk, 2010. — 22 p. — EDN ZOBOTV. [in Russian]

14. Teliya V.N. Jekspressivnost' kak projavlenie sub#ektivnogo faktora v jazyke i ee pragmatičeskaja orientacija [Expressiveness as a manifestation of the subjective factor in language and its pragmatic orientation] / V.N. Teliya // Chelovečeskij faktor v jazyke: Jazykovye mehanizmy jekspressivnosti [The Human Factor in the Language: Linguistic Mechanisms of Expressivity] : collective monograph. — Moscow : Nauka, 1991. [in Russian]

15. Lukjanova N.A. Jekspressivnaja leksika razgovornogo upotreblenija v semantičeskom aspekte [Expressive colloquial lexis in semantic aspect] / N.A. Lukjanova // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Istorija, filologija [Vestnik Novosibirsk State University. Series: History, Philology]. — 2015. — Vol. 14. — № 9. — P. 183–200. — EDN VHLFXR. [in Russian]

16. Shakhovskiy V.I. Tekst i ego kognitivno-emotivnyje metamorfozy (mezkhul'turnoe ponimanie i lingvojekologija) [The text and its cognitive-emotive metamorphosis (cross-cultural understanding and linguoecology)] / V.I. Shakhovskiy, Yu.A. Sorokin, I.V. Tomasheva [et al.]. — Volgograd, 1998. [in Russian]

17. Blokh M.Ya. Intensivnost' v zhanrovo-stilevoj differenciacii hudozhestvennogo teksta [Intensification in genre and style differentiation of literary text] / M.Ya. Blokh, S.V. Desyatskaya // Kazanskaya nauka [Kazan Science]. — 2017. — № 10. — P. 69–72. — EDN ZSOMFP. [in Russian]

18. Starodubtseva E.A. Nekotoryje aktual'nye voprosy izuchenija emotivnoj semantiki [Some topical issues of studying emotive semantics] / E.A. Starodubtseva // Vestnik Moskovskogo informacionno-tehnologičeskogo universiteta – Moskovskogo arhitekturno-stroitel'nogo instituta [Moscow Information and Technology University – Moscow Architecture and Construction Institute Review]. — 2021. — № 1. — DOI: 10.52470/2619046X_2020_1_57. — EDN IOTPUJ. [in Russian]

19. Zozulya D.A. Rol' social'nyh media, poiskovyh sistem i mobil'nyh prilozhenij v privlečenii i uderzhanii turistov [Role of social media, search engines and mobile applications in attracting and retaining tourists] / D.A. Zozulya // Vestnik nauki [Bulletin of Science]. — 2023. — Vol. 4. — № 12 (69). — P. 129–134. — EDN EKCIHK. [in Russian]

20. Borovikova K.V. Trevel-blog kak zhanr internet-diskursa [Travel-blog as a genre of internet discourse] / K.V. Borovikova, A.A. Semiletova // Amurskij nauchnyj vestnik [Amur Scientific Bulletin]. — 2020. — № 4. — P. 15–21. — EDN LTPLBA. [in Russian]

21. Kolokoltseva T.N. Internet-kommunikacija kak novaja rechevaja formacija [Internet communication as a new speech formation] : collective monograph / T.N. Kolokoltseva, E.I. Goroshko, E.N. Galichkina [et al.]. — 4th edition, ster. — Moscow : FLINTA, 2018. — 328 p. [in Russian]

22. Sobyana V.A. Argumentacija kak sposob vozdeystvija v reklamnyh tekstah i ee jazykovye osobennosti [Argumentation as a Method of Influence in Advertising Texts and its Linguistic Features] / V.A. Sobyana // Marketingovaja lingvistika v cifrovuju jepohu [Marketing linguistics in the digital age] : collection of scientific articles / comp. E.G. Borisova; ed. by L.G. Vikulova. — Moscow : LLC "Yazyki Narodov Mira", 2021. — P. 16–21. — EDN GTCBNV. [in Russian]

23. Gal'chenko A.O. Gendernye osobennosti emocional'no-ocenočnoj leksiki reklamnyh tekstov s pozicij perlokutivnogo podhoda (na materiale anglijskogo jazyka) [The perlocutionary approach to the gender-based specifics in the emotional and evaluative vocabulary usage in advertisement texts (based on the English language)] / A.O. Gal'chenko, T.G. Stanchulyak // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta [Vestnik of Kostroma State University]. — 2017. — Vol. 23. — № 3. — P. 175–179. — EDN ZSUCDL. [in Russian]

24. Plungyan V.A. Počemu jazyki takie raznye? [Why are languages so different?] : monograph / V.A. Plungyan // Populjarnaja lingvistika. Serija: Nauka i mir [Popular Linguistics. Series: Science and the World]. — Moscow : AST-Press Book, 2010. — 272 p. — EDN PXWFSL.

25. Shpilman M.V. Gendernyj aspekt rechevoj maski: postanovka problemy i poisk orientirov [Gender aspect of speech mask: the problem and search landmark] / M.V. Shpilman // Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta [Novosibirsk State Pedagogical University Bulletin]. — 2014. — № 3 (19). — P. 68–74. — DOI: 10.15293/2226-3365.1403.07. — EDN SFDVBL. [in Russian]

26. Sharmanov V.V. Somatizm kak komponent frazeologičeskoj edinicy russkogo i nemeckogo jazykov [Somatism as a component of the phraseological unit of the Russian and German languages] / V.V. Sharmanov // Universum: filologija i iskusstvovedenie [Universum: Philology and Art History]. — 2014. — № 10 (12). — 3 p. — EDN STKUZH. [in Russian]

27. Sherstyukova O.V. Kategorial'no-ponjatijnoe svoeobrazie frazeologičeskikh edinic s somatizmom serdce [Categorical-notional peculiarity of phraseological units with the somatic unit heart] / O.V. Sherstyukova, N.M. Karpukhina // Filologičeskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philological Sciences. Issues of Theory and Practice]. — 2016. — № 6–1 (60). — P. 184–187. — EDN VUYUZT. [in Russian]

28. Bitsigan D.D. Lingvisticheskie strategii v diskurse angloyazychnoj kinorecenzii [Linguistic strategies in the discourse of English-language film reviews] / D.D. Bitsigan // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika [Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Linguistics]. — 2011. — № 5. — P. 15–22. — EDN OXBHMR. [in Russian]
29. Donskova E.Yu. Modal'nost' v hudozhestvennom tekste: sistema terminologicheskikh korrelyacij [Modality in a literary text: system of terminological correlations] / E.Yu. Donskova // Nacional'naja asociacija uchenyh [National Association of Scientists]. — 2015. — № 5–4 (10). — P. 116–118. — EDN YFTSMB. [in Russian]
30. @travelchelle_. — URL: https://www.instagram.com/travelchelle_ (accessed: 22.10.2024). [in German]