

МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ ТИП ТЕКСТА «СООБЩЕНИЕ» В МЕССЕНДЖЕРЕ «ТЕЛЕГРАМ» (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО КАНАЛА ПАРТИИ «АЛЬТЕРНАТИВА ДЛЯ ГЕРМАНИИ»)

Для цитирования: Манёрова К. В., Манёров Р. В. Мультимодальный тип текста «сообщение» в мессенджере «Telegram» (на материале немецкоязычного канала партии «Альтернатива для Германии») // *Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете*. 2022. Вып. 12. С. 273–287. <https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.114>

Мультимодальность — центральное свойство современных коммуникационных пространств, представленных в виде интернет-сайтов, веб-порталов, веб-каналов, мессенджеров, где пользователь встречается с письменной и устной речью, звуком и изображением в их комбинации. При декодировании информации в мультимедийном сообщении пользователь сталкивается с элементами — знаками разных модальностей, поступающих через разные формы восприятия: вербальную и невербальную, слуховую и зрительную. Сообщения в телеграм-канале «AfD — Im Brennpunkt», насчитывающем более 19000 подписчиков, — мультимодальный тип текста. Цель статьи заключается в описании мультимодальных элементов в сообщениях немецкоязычного канала политической партии «Альтернатива для Германии» согласно этапам их декодирования. Корпус примеров собран из 310 сообщений в период с января по декабрь 2021 г. Чтение текста, набранного крупным шрифтом в заголовке, ознакомление с изображением, распознавание формата текста и шрифта, чтение содержания сообщения являются этапами декодирования элементов модальностей. Элементы модальностей, кроме звука, могут быть расположены в коммуникационном пространстве в определенном порядке для обеспечения наглядности сообщения и повышения информативности сообщений, например изображение в когезивном сочетании с текстом, с использованием разных типов типографических шрифтов, цветов и символов. В статье при помощи метода лексико-семантического анализа рассмотрены особенности использования лексических средств (эмотивная лексика, метафоры, оценочная лексика, лозунг, формульность) и прагматилистических средств (экскламативы, риторические вопросы) в сочетании с изображением в мультимодальных сообщениях в немецкоязычном канале политической партии «AfD — Im Brennpunkt». Авторы приходят к выводу, что сообщения немецкоязычного канала политической партии «Альтернатива для Германии» составлены таким образом, что их элементы проявляют максимальную функциональность именно в комплексной модели сообщения, а не как отдельные разномодальные знаки.

Ключевые слова: мультимодальность, цифровая лингвистика, мессенджер Телеграм, канал партии AfD, мультимодальный тип текста сообщение, лексико-стилистические средства, прагмастилистические средства немецкого языка.

K. V. MANEROVA
St Petersburg State University

R. V. MANEROV
St Petersburg University of State Fire Service of Emercom of Russia

MULTIMODAL TEXT TYPE MESSAGE IN THE TELEGRAM MESSENGER (BASED ON THE CHANNEL OF THE GERMAN PARTY AfD)

For citation: Manerova K. V., Manerov R. V. Multimodal text type message in the Telegram messenger (based on the channel of the German party AfD). *German Philology in St Petersburg State University*, 2022, iss. 12, pp. 273–287.
<https://doi.org/10.21638/spbu33.2022.114> (In Russian)

Multimodality is a central property of modern communication spaces, presented in the form of websites, web channels, and messengers, where the user encounters written and spoken speech, sound, and image in their combination. By decoding information in a multimedia message, the user encounters elements of different modalities, coming through different forms of perception: iconic (textual), auditory and visual. The steps in decoding the elements of the modalities are reading the text typed in a large header, visualizing the pictures, recognizing the text format and font, and reading the content of the message. Elements of modalities, except sound, can be arranged in the communication space in a certain order to ensure the visibility of the message and increase the information content of the messages, e. g.: the image in a cohesive combination with text, using different types of typographic fonts, colors and symbols. Multimodality is the media backbone of the German channel of political party AfD, with more than 19,000 subscribers in the messenger Telegram. The corpus of examples is compiled from 310 messages between January and December 2021. Messages in Telegram are a multimodal text type. Most of the messages are direct critical against the policies pursued by the German parties in the government. The article considers the peculiarities of the use of lexical means (emotive vocabulary, metaphors, lexicon, slogan, formality) and pragma-stylistic means (exclamatives, rhetorical questions) in combination with the image in multimodal messages in the German-language channel of the political party AfD — Im Brennpunkt

Keywords: multimodality, digital linguistics, messenger Telegram, AfD, multimodal type of text message, lexical and pragma-stylistic means of the German language.

1. Введение

Цифровая лингвистика становится новым направлением в связи с изучением языковых средств, применяемых при освоении интернета рекламой, пиаром и политической пропагандой. Приемы,

ранее хорошо отработанные традиционными СМИ, дополняются и развиваются на новых глобальных мультимедийных порталах, о которых пишут современные лингвисты [Акопова 2018; Татур, Кознова 2019; Рубина 2020; Schmitz 2015].

Мультимодальность типа текста «сообщение» исследуется в статье на примере анализа сообщений в канале немецкой партии «Альтернатива для Германии» (Alternative für Deutschland, AfD) в мессенджере «Телеграм». Мультимодальность в современной лингвистике еще не имеет четкой дефиниции и определяется как соединение информации в виде знаков «различной модальности» в одном коммуникационном пространстве [Lobin 2018: 107], а также исследуется в визуальной лингвистике [Куницына 2021]. Согласно определению из лингвистической энциклопедии Метцлера, мультимодальная коммуникация подразумевает обмен знаками различной модальности, например вербальными (языковыми) и визуальными (жестовыми). «Мультимодальная коммуникация. Концепция, противопоставленная понятию невербальной коммуникации, разработанная в рамках исследования жестов с целью семиотической трактовки связи СМИ и процессов семиозиса в общем, в особенности языковых выражений» [Glück, Rödel 2016: 450].

Под «знаками различной модальности», пишет Ульрих Шмиц, понимаются следующие элементы: язык письменной либо устной коммуникации, звук, графическое изображение или видеоряд: «Различают следующие пять модальностей: устная речь, письменная речь, статичные изображения (фото, графики), динамическое изображение (видео) и аудио (музыка, звуки)» [Schmitz 2015: 34–41].

В ходе исследования решались следующие задачи:

- 1) изучить понятие мультимодальности как медийной основы типа текста «сообщение» на примере анализа сообщений в канале немецкой партии Alternative für Deutschland (AfD) в мессенджере «Телеграм»;
- 2) рассмотреть этапы декодирования сообщения в канале немецкой партии Alternative für Deutschland (AfD) в мессенджере «Телеграм» как типа мультимодального текста применительно к его компонентам (заголовок, изображение, логотип партии и следующий ниже текст);
- 3) описать лексические и прагматилистические средства в текстах сообщений.

2. Мультиmodalность — медийная основа каналов политических партий в мессенджере «Телеграм»

Кроссплатформенный мессенджер «Телеграм» (основатель — выпускник филологического факультета СПбГУ Павел Дуров) дает возможность: 1) сохранять неограниченное количество файлов и документов; 2) обмениваться текстовыми, голосовыми и видеосообщениями; 3) создавать и вести свои каналы (микроблоги); 4) разрабатывать и использовать ботов; 5) использовать секретные чаты с двухэтапной аутентификацией и несколькими протоколами шифрования информации, что обеспечивает максимальную анонимность и латентность. Телеграм-новости функционируют на базе чата, где пользователь (подписчик) прочитывает заголовки новостей, получая сообщения в виде СМС, в которых содержится ссылка для дальнейшего перехода на информационные порталы и ознакомления с полным текстом сообщения. Мессенджер демонстрирует связь развития технологии мгновенного обмена сообщениями с медиатизацией социальной и политической жизни. По оценкам российских экспертов, «Телеграм» — самый перспективный мессенджер [Рубина 2020]. В 2021 г. аудитория «Телеграм» превысила 500 миллионов пользователей из-за политики мессенджера WhatsApp, связанной с личными данными пользователей, а также благодаря переходу «Телеграм» на 64-битный диапазон, облегчающий регистрацию и создание каналов пользователями.

Как платформа для распространения информации, мессенджер «Телеграм» дает пользователям и редакторам еще больше преимуществ, чем социальные сети. Новость, сообщение, пост, подкаст, опубликованные в «Телеграме», попадают напрямую к читателю в телефон в виде личного сообщения. В сфере политической коммуникации использование мессенджера представляется быстрым и недорогостоящим путем распространения информации: «Теперь достаточно запостить необходимую информацию на страничке любого политического эксперта / журналиста с несколькими тысячами подписчиков в социальной сети и сделать несколько перепостов в профильных группах — и информация дойдет до аудитории гораздо быстрее, проще, дешевле и направленнее» [Бондаренко 2018: 171].

СМИ и политические партии широко используют возможности «Телеграма» для быстрого распространения информации, с целью

функционального пропагандистского, агитационного и идеологического, возможного психологического воздействия. Немецкие политические партии широко используют возможности «Телеграма» для распространения информации среди своих подписчиков. В мессенджере представлены ведущие парламентские немецкие партии, например: Социал-демократическая партия Германии (Sozialdemokratische Partei Deutschlands, SPD)¹, Свободная демократическая партия Германии (Freie Demokratische Partei, FDP)², Бременская земельная фракция «Партии зеленых» (Grüne Bremen)³, Социалистическая левая партия в Германии (Die Linke)⁴. Немецкоязычный канал политической партии «Альтернатива для Германии» (Alternative für Deutschland, AfD) в мессенджере «Телеграм» насчитывает более 19 000 подписчиков, у канала AfD — Im Brennpunkt⁵ среди других каналов немецких политических партий в «Телеграме» самая большая аудитория. Признаки типа мультимодального текста «сообщение» будут подробно рассмотрены на примере канала немецкой партии AfD в следующей части статьи.

3. Признаки мультимодального типа текста «сообщение» немецкоязычного канала партии AfD в мессенджере «Телеграм»

Сообщения в канале AfD — Im Brennpunkt посвящены актуальным событиям в социальной и политической жизни Германии, предвыборной агитации и выборной кампании в бундестаге. Большинство сообщений носят открытый критический характер. Критика партии AfD в 2021 г. была направлена на решения правительства Германии, в том числе связанные с политикой правительства Германии в области энергетики, а именно с отказом от ископаемых углеводородов и с переходом на возобновляемые источники энергии (Energiewende); с нелегальной миграцией в Германию (illegale Migranten); с вакцинацией от коронавируса (Impfpflicht) — темами, широко обсуждаемыми в печатных и электронных СМИ. Сообщения как тип текста создаются по мультимодальной модели

¹ https://t.me/SPD_Bund_bot (дата обращения: 19.11.2021).

² https://t.me/FDP_de (дата обращения: 19.11.2021).

³ <https://t.me/joinchat/AAAAAFLa9ijo2luBZ4weCg> (дата обращения: 19.11.2021).

⁴ <https://t.me/dielinke> (дата обращения: 19.11.2021).

⁵ <https://t.me/afdbrennpunkt> (дата обращения: 19.11.2021).

и содержат активную ссылку на информационный портал партии в интернете (AfD Kompakt)⁶, на котором содержится полный текст сообщения (рис. 1).



Рис. 1. Сообщение в телеграм-канале партии AfD im Brennpunkt [AfD im Brennpunkt: 27.10.2021]

Frieren für die Energiepreise?

Energie muss bezahlbar sein!

Es ist beschämend, dass der Sozialverband VdK überhaupt vor einem solchen Szenario warnen muss: Weil viele Menschen die Jahresrechnung ihrer Heizkosten bald wohl nicht mehr bezahlen können, stelle sich „für so manchen“ die Frage: „Entweder etwas Ordentliches essen oder in einer warmen Wohnung leben.“ Diese Worte der VdK-Vorsitzenden sind für die Bundesregierung und ihre völlig verfehlte Energiepolitik eine Schande.

Vollständiger Beitrag auf AfD Kompakt

<https://afdkompakt.de/2021/10/26/frieren-fuer-die-energiepreise-energie-muss-bezahlbar-sein/>

Bitte unterstützen auch Sie unsere Arbeit mit einer Spende:

<https://www.afd.de/spenden> (дата обращения: 19.11.2021).

(Заголовок в изображении и его повторение в лиде) «Мерзнуть ради “Энергетического поворота”? Энергия должна оставаться доступной! (Logotun AfD.) Стыдно, что общественное объединение VdK должно предупреждать о подобном сценарии: так как многие люди скоро не смогут оплачивать расходы на отопление, для некоторых может встать вопрос: “Либо продукты, либо отопление в квартире”. Эти слова президента VdK — позор для федерального правительства и его провальной энергетической политики. Полный текст новости (активная ссылка). Пожалуйста, поддержите нашу работу донатом: (активная ссылка)».

⁶ <https://afdkompakt.de/> (дата обращения: 19.11.2021).

Исследователи отмечают, что мультимодальность в коммуникации подразумевает поэтапное декодирование информации. Тем самым можно получить ответ на вопрос, на что и в какой последовательности реципиент обращает свое внимание, чтобы достигнуть понимания элементов-знаков, принадлежащих разным модальностям. Декодирование при ознакомлении с информацией необходимо для ее понимания. Это сложный когнитивный и психический процесс, этапы которого длятся миллисекунды. Декодирование происходит в следующей последовательности: сначала чтение текста, набранного крупным шрифтом (например, в заголовке), затем визуализация изображения, ознакомление с ним, распознавание формата текста и шрифта, чтение содержания сообщения [Lobin 2018: 114]. Таким образом, отдельные этапы декодирования связываются в одно целое в процессе понимания информации и дают полную картину (это также доказывают эксперименты с eye tracker, прибором, фиксирующим движения глаз читателя или перцептивные эксперименты [Потапова, Джунковский 2020]).

Первичный анализ сообщений в телеграм-канале партии AfD im Brennpunkt показал, что они созданы: а) с учетом принципов декодирования информации в мультимедийном типе текста, б) по одной модульной модели (заголовок, изображение, лид, логотип партии и следующий ниже текст). Приведем следующие этапы декодирования мультимодального текста типа «сообщение».

1. Чтение заголовка, набранного крупным шрифтом. В заголовке приводится тема сообщения, набранная контрастным, крупным шрифтом, с выделением «капслоком» значимых ключевых слов, что призвано привлекать внимание читателя, например:

- (1) *Regierungsparteien immer autoritärer
Grüner Palmer will BEUGENHAFT FÜR UNGEIMPFT!* [AfD im Brennpunkt: 21.12.2021]

«Правящие партии все более авторитарны: Пальмер из Партии зеленых собирается ввести ПРЕВЕНТИВНЫЙ АРЕСТ ДЛЯ НЕВАКЦИНИРОВАННЫХ!»

- (2) *Söder will IMPF-PFLICHT ab 12! HÄNDE WEG von unseren Kindern!* [AfD im Brennpunkt: 21.10.2021]

«Зёдер собирается ввести ПРИНУДИТЕЛЬНУЮ ВАКЦИНАЦИЮ с 12 лет! РУКИ ПРОЧЬ от наших детей!»

2. Изображения. Изображения в семиотике — иконические знаки, обладающие дискурсивной релевантностью. Согласно классификации Зильвии Лархер, фотографии (нем. *Abbildungen*) призваны вызывать эмоции и передавать ощущения [Larcher 2015: 131–132]. Часто изображения переносятся в результате трансфера в другие контексты, в которых они приобретают иное значение, прирастают смыслом. Фотографии передают объекты действительности (фактичности), поэтому обладают высокой степенью эмоционального воздействия. Сообщения в телеграм-канале партии AfD im Brennpunkt содержат фотографии. Часто используются фотографии политиков правящих партий: Ангелы Меркель, Аналены Бербок, Хайко Масса, Маркуса Зёдера — в большинстве случаев выбраны неудачные изображения политиков, не смотрящих в кадр в камеру, часто с опущенными глазами и без улыбки. В правой, когнитивно значимой для визуального восприятия, части модуля мультимодального сообщения размещен логотип партии AfD с красной динамично восходящей стрелкой и слоганом партии «Deutschland. Aber Normal» (Германия. Но нормальная). Изображение в модуле выдержано в цветах партии: голубой, красный, белый; содержит вставку — градиентное изображение национальных цветов Германии: черного, красного, золотого. На изображение накладывается заголовок или текст (рис. 2).



Рис. 2. Изображение в телеграм-канале партии AfD im Brennpunkt. «Зеленые против русского газа из “Северного потока — 2”! Неужели мы замерзнем, госпожа Бербок? Отопление должно быть доступным!» [AfD im Brennpunkt: 20.10.2021]

3. Распознавание формата текста и шрифта, чтение содержания сообщения. Текст сообщения содержит позицию партии по отно-

шению к публикуемому контенту. Язык коротких (до 800 печатных знаков) сообщений в канале отличается прагматикой аргументации и убеждения, экспрессией и высокой степенью эмотивности, создаваемой за счет разных средств. По А. А. Ивину, аргументация не только особая техника убеждения, но и практическое искусство, предполагающее умение автора выбрать из многочисленных приемов убеждения те, которые необходимы в данной конкретной ситуации при обсуждении конкретной проблемы [цит. по: Филиппов 2016: 86]. Авторы статьи осознают, что возможное описание всех языковых явлений в сообщениях выходит за рамки статьи, поэтому остановятся на анализе использования отдельных лексических и прагмастилистических средств в текстах сообщений.

Лексические средства сообщений разнообразны, с их помощью выражается и вербализируется общая критически направленная позиция политика партии «Альтернатива для Германии» по отношению к мерам, предлагаемым правящей коалицией в немецком правительстве. Сообщения содержат прямые субъективные суждения. Часто используются простые предложения, восклицательные, эмотивная и оценочная лексика, средства для выражения иронии и сарказма.

3.1. Прагматическое значение лексики заключается в функции референции и оценки, по мнению С. Т. Нефедова, «пронизывающей все аспекты языка, речемыслительной деятельности и коммуникации» [Нефедов 2020: 123]. В сообщениях частотна оценочная лексика: *Altparteien*, ‘старые партии’ (т.е. Христианско-демократический союз Германии (ХДС) и Христианско-социальный союз (ХСС)); *belügen*, ‘обманывать’ (граждан и избирателей — о политике ХДС и ХСС); *Klima-Hysterie*, ‘истерия «зеленых» по поводу изменения климата»; *Corona-Hysterie*, ‘истерия по поводу пандемии коронавируса»; *politischer Fanatismus*, ‘политический фанатизм»; *Pleiten, Pannen, Peinlichkeiten*, ‘крах, катастрофы, неловкие ситуации’ (о проваленной цифровизации, заявленной в предвыборной кампании ХДС и ХСС в 2017 г.); *unfassbarer Angriff auf den Rechtsstaat*, ‘немыслимое нападение на правовое государство»; *grüne Lastenfahrradfetischisten*, ‘«зеленые» велосипедные фетишисты»; *das grüne Lade-Chaos*, ‘«зеленый» хаос в организации зарядки электромобилей»; *unsägliche Panikmache*, ‘невыразимое паникерство’ (о введении новых ограничений из-за пандемии коронавируса).

3.2. Эпитеты относятся к мерам и инициативам, проводимым правящей коалицией в немецком правительстве. К этой группе относятся:

- прилагательные-аффективы, передающие эмоциональное отношение, а именно недовольство, негодование, осуждение действий правящей коалиции или отдельных политиков: *unfassbar*, 'немыслимый, абсурдный'; *unsinnig, schikanös und freiheitsfeindlich*, 'бессмысленный, издевательский и противоречащий свободе' (о мерах массовой вакцинации); *inkompetent*, 'некомпетентный'; *unfähig*, 'неспособный' (о политиках «зеленой партии»); *ein vermeintliches Flüchtlingsprojekt*, 'мнимый проект о беженцах';
- прилагательные и причастия с эмотивной коннотацией *saf-tige Gehaltserhöhung*, 'смачное повышение' (о повышении оклада политика Урсулы фон дер Ляйен во времена кризиса); *geifernde Gewalt-Phantasien*, 'фантазии о насилии с пеной у рта' (о высказывании министра здравоохранения Германии Йенса Шпана по поводу изоляции невакцинированных граждан).

3.3. Метафоры служат средством выражения иронии и сарказма. Выявлены следующие примеры:

- зоометафора: *Wir sind KEINE Versuchskaninchen, Herr Scholz!* — 'Мы НЕ подопытные кролики, господин Шольц'; *Familien sind die Melkkuh der Nation* — 'Семьи — дойные коровы нации';
- синестезия: *Es ist eine schallende Ohrfeige für den Staatsfunk*, 'громкая оплеуха' (об опросе о приукрашивании образа Ангелы Меркель в официальных СМИ).

3.4. Метонимия используется как прием оценочной характеристики лиц: *Grüne Schummel-Liese ohne Scham: Über 100 kopierte Buch-Stellen!* В заголовке присутствует выражение со значением 'бесстыдная обманщица' (о некорректном цитировании в работах А. Бербок, от названия карточной игры Schummellieschen с элементами блефа).

3.5. Устойчивые словосочетания — лозунги идеологического содержания: *Heizen muss bezahlbar bleiben!* — 'Отопление должно оставаться доступным!'; *Kernenergie sicher nutzen!* — 'Использовать ядерную энергию безопасно!' Устойчивые сочетания — идеологемы — являются частью немецкого политического дискурса [Bock 2020; Manerova 2020].

Прагмастилистические средства выступают как маркеры прямой или скрытой аргументации:

3.6. Риторические вопросы как «эмоциональные суждения с модальными частицами», формирующие определенное отношение у адресата к предмету речи [Санишвили 2021: 30]. Риторические вопросы по содержанию равны утверждениям. Риторический вопрос «выражает подразумеваемое повествовательное высказывание, на него не ожидается ответа, так как предполагается, что ответ в данной ситуации очевиден». Исследователи отмечают прагмастилистическую функцию риторического вопроса — манипуляцию сознанием [Якубёнок 2018: 55]. *Das ist doch nur normal, oder?* — ‘Разве это нормально?’ (о дотациях молодым семьям, заявленных в предвыборной программе AfD); *Ist doch normal, oder?* — ‘Это нормально, не так ли?’ (об уравнивании женщин в профессиональном секторе без введения квотирования).

3.7. Вопросно-ответное единство можно определить как прагматический маркер убеждения: *Kern-Energie? Na klar!* — ‘Ядерная энергия? Конечно!’

3.8. Экскламаты: *Die Stimmung kippt gegen die Merkel-Propaganda!* — ‘Настроение качнулось против пропаганды Меркель!’, *Auf geht's in den Bundestagswahlkampf 2021!* — ‘Начало кампании по выборам в бундестаг 2021!’, *Allein die Hessen blechen 2.360.000.000 Euro für Asylkrise!* — ‘Одни только гессенцы платят 2 360 000 000 евро за миграционный кризис!’, *Die Maske der Linkspartei ist einmal mehr gefallen!* — ‘Маска левой партии сброшена!’

Общим моментом для сообщений можно назвать формульность призыва к внесению донатов, завершающего сообщение: *Bitte unterstützen auch Sie unsere Arbeit mit einer Spende: <https://www.afd.de/spenden>* — «Пожалуйста, поддержите нашу работу донатом: (активная ссылка)».

4. Заключение

Поставленные во введении к статье задачи выполнены. Анализ материала позволяет сделать вывод, что сообщения в канале немецкой партии «Альтернатива для Германии» в мессенджере «Телеграм» представляют собой тип мультимодального текста. Сообщения созданы по одной модульной модели: заголовок, изображение, логотип партии и следующий ниже текст. Эта мо-

дель предусматривает поэтапное декодирование информации: чтение заголовка, набранного крупным шрифтом, ознакомление с изображением, распознавание формата текста и шрифта, чтение лида и содержания сообщения. Мультимодальные тексты в канале немецкой партии представляют собой краткие сообщения, содержат интерактивные ссылки на информационный портал партии в интернете, на котором приводится полный текст сообщения. Таким образом, сообщения в канале мессенджера «Телеграм» служат триггером для привлечения внимания подписчика и последующего перехода на портал. Подписчики от кратких сообщений могут переходить на портал, чтобы прочесть тексты большего размера. Речевое воздействие проявляется в манипулировании чувствами пользователей, в том числе потенциальных избирателей, с целью вызвать в них разочарование, недовольство, негодование, осуждение действий правящей коалиции или отдельных политиков. Следовательно, аргументация, желание убедить и заинтриговать подписчика должны быть выражены с помощью знаков различных модальностей, приведенных в комплексе. Сообщения составлены таким образом, что их элементы — яркие изображения, фотографии, шрифт, лозунги, лексические и прагмастилистические средства (метафоры, оценочная лексика, эпитеты, риторические вопросы, восклицательные знаки) — проявляют максимальную функциональность именно в комплексной модели сообщения, а не как отдельные разномодальные знаки. Модальность знаков текста в сообщениях канала в мессенджере «Телеграм» представляет собой новую область цифровой лингвистики, заслуживающую отдельного исследования.

Источники иллюстративного материала

1. Телеграм-канал AfD im Brennpunkt.
<https://web.telegram.org/z/#-1489385913> (дата обращения: 19.11.2021).

Литература

1. *Акопова А.Л.* Инновации в немецкоязычном интернет-вещании МИА «Россия сегодня» (лингвополитологический аспект) // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2018. № 1. С. 203–208.
2. *Бондаренко О.В.* Телеграм-каналы как новый вид коммуникации с общественностью // Век информации. 2018. № 2 (2). С. 170–172.

3. Куницына О.М. Мультиmodalность и основы визуальной лингвистики в работах Х.Штекла // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14, № 9. С. 2838–2842.
4. Нефёдов С.Т. Социокоммуникативное измерение оценки // Германистика в современном научном пространстве: материалы VI Международ. науч.-практ. конф. Краснодар: Кубан. гос. ун-т. 2020. С. 122–128.
5. Потапова Р.К., Джунковский А.В. Опыт проведения перцептивного эксперимента на материале поликодовой мультиmodalной базы данных // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. № 9 (838). С. 200–208.
6. Рубина В.Б. Телеграм-каналы как основные слагаемые успеха мессенджера «Телеграм» // Идеи и новации. 2020. Т. 8, № 1. С. 73–84.
7. Санишвили И.Т. Языковые особенности риторического вопроса (на материале немецкого языка) // Globus: Гуманитарные науки. 2021. № 2 (36). С. 29–31.
8. Татур И.А., Кознова Н.Н. Особенности присутствия СМИ в «Telegram» // E-Scio. 2019. № 11 (38). С. 547–553.
9. Филиппов К.А. Лингвистика текста и современный анализ устной речи: учебное пособие. СПб: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2016. 227 с.
10. Якубе́нок Л.М. Риторический вопрос как средство убеждения в немецкоязычных адвокатских речах // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1: Филология. 2018. № 3 (94). С. 52–60.
11. Bock B. Internationale Solidarität ‘international solidarity’ as a buzzphrase (banner phrase) in the ideological discourse of the German Democratic Republic // Sprache & Sprachen. 2020. Nr. S. S. 43–56.
12. Glück H., Rödel M. (Hg.). Metzler Lexikon Sprache. 5. Aufl. Stuttgart: J.B.Metzler Verlag, 2016. 837 S.
13. Larcher S. Linguistische Diskursanalyse. Tübingen: Narr Francke Verlag, 2015. 256 S.
14. Lobin H. Digital und vernetzt. Das neue Bild der Sprache. Stuttgart: J.B.Metzler Verlag, Springer Verlag, 2018. 204 S.
15. Manerova K. Die russische Entsprechung für internationale Solidarität als ideologisches Fahnenphrasem im diskursiven Vergleich 1953–1982 // Sprache & Sprachen. 2020. Nr. S. S. 57–77.
16. Schmitz U. Einführung in die Medienlinguistik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2015. 160 S.

References

1. Akopova A.L. Innovations in the German-language Internet Broadcasting of the Rossiya Segodnya news agency (linguopolitological aspect). *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski*, 2018, iss. 1, pp. 203–208. (In Russian)

2. Bock B. Internationale Solidarität ‘international solidarity’ as a buzzphrase (banner phrase) in the ideological discourse of the German Democratic Republic. *Sprache & Sprachen*, 2020, Nr. 5, S. 43–56.
3. Bondarenko O. V. Telegram channels as a new type of communication with the public. *Vek informatsii*, 2018, iss. 2 (2), pp. 170–172. (In Russian)
4. Filippov K. A. *Text Linguistics and Modern Analysis of Oral Speech*. St Petersburg, St Petersburg University Press, 2016, 227 p. (In Russian)
5. Glück H., Rödel M. (Hg.). *Metzler Lexikon Sprache*. 5. Aufl. Stuttgart, J. B. Metzler Verlag, 2016, 837 S.
6. Kunitsina O. M. Multimodality and the Basics of Visual Linguistics in the Works of H. Stöckl. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2021, iss. 14, no. 9, pp. 2838–2842. (In Russian)
7. Larcher S. *Linguistische Diskursanalyse*. Tübingen, Narr Francke Verlag, 2015, 256 S.
8. Lobin H. *Digital und vernetzt. Das neue Bild der Sprache*. Stuttgart, J. B. Metzler Verlag, Springer Verlag, 2018, 204 S.
9. Manerova K. Die russische Entsprechung für internationale Solidarität als ideologisches Fahnenphrasem im diskursiven Vergleich 1953–1982. *Sprache & Sprachen*, 2020, Nr. 5, S. 57–77.
10. Nefedov S. T. Socio-communicative dimension of evaluation. *Germanistika v sovremennom nauchnom prostranstve. Materialy VI Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*. Krasnodar, Kuban University Publ., 2020, pp. 122–128. (In Russian)
11. Potapova R. K., Dzhunkovsky A. V. Experience of perceptual experiment on the material of polycode multimodal database. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, 2020, iss. 9 (838), p. 200–208. (In Russian)
12. Rubina V. B. Telegram Channels as the Main Components of the Success of the Telegram Messenger. *Ideji i novatsii*, 2020, iss. 8, no. 1, pp. 73–84. (In Russian)
13. Sanishvili I. T. Linguistic Features of the Rhetorical Question (on the Material of the German Language). *Globus: Gumanitarnye nauki*, 2021, iss. 2 (36), pp. 29–31. (In Russian)
14. Schmitz U. *Einführung in die Medienlinguistik*. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2015, 160 S.
15. Tatur I. A., Koznova N. N. Features of media presence in Telegram. *E-Scio*, 2019, iss. 11 (38), pp. 547–553. (In Russian)
16. Yakubenok L. M. Rhetorical question as a means of persuasion in German-speaking lawyer speeches. *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya 1: Filologija*, 2018, iss. 3 (94), pp. 52–60. (In Russian)

Манёрова Кристина Валерьевна

доцент кафедры немецкой филологии СПбГУ, кандидат филологических наук
Адрес: Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Kristina V. Manerova

Associate Professor of German Philology Department, St Petersburg State University,
Candidate of Philological Sciences
Address: 7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034, Russian Federation

E-mail: k.manerova@spbu.ru

Манёров Роберт Валерьевич

доцент кафедры педагогики и психологии экстремальных ситуаций
Санкт-Петербургского университета ГПС МЧС РФ, кандидат психологических наук
Адрес: Российская Федерация, 196105, Санкт-Петербург, Московский пр., 149

Robert V. Manerov

Associate Professor of the Department of Pedagogy and Psychology of Extreme Situations
of St Petersburg University of State Fire Service of Emercom of Russia,
Candidate of Psychological Sciences
Address: 149, Moskovskii pr., St Petersburg, 196105, Russian Federation

E-mail: manerov@igps.ru

Статья поступила в редакцию 14 января 2022 г.
Принята к публикации 26 апреля 2022 г.