

Научная статья

УДК 811.112.2

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.16103>

EDN: <https://elibrary/MLBNNH>



ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ТИКТОКАХ: ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА И МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ

П.И. Кондратенко 

Санкт-Петербургский государственный университет,
Санкт-Петербург, Российская Федерация

 p.kondratenko@spbu.ru

Аннотация. Статья впервые рассматривает немецкоязычные тиктоки в свете популяризации научного лингвистического знания. Несмотря на растущую популярность исследований в русско-интернет-лингвистике и изучения новых форм коммуникации, короткие видео на крупных онлайн-платформах продолжают восприниматься учеными преимущественно как репрезентация развлекательной функции. Участие клипов, тиктоков и «шортсов» в функционировании других социальных систем (образование, наука, политика и т.д.) практически не принимается во внимание. В настоящей статье обобщаются результаты мультимодального качественно-количественного дискурса-анализа 100 коротких видео автора @fussballinguist на немецком языке. На примере видео из выборки установлена прототипическая структура научно-популярного тиктока, транслирующего знание о современных лингвистических исследованиях и узуальной вариативности немецкого языка. Выделены типичные композиционные блоки, варианты вводной и заключительной частей, акцентирована связь содержания и формальной организации таких блоков с техническим функционалом платформы. Отмечено, что построение научно-популярного изложения ведется интерактивно: автор коротких видео вовлекает в коммуникативное взаимодействие как активных блогеров, так и непосредственных реципиентов — пользователей, зарегистрированных на платформе, но не занимающихся видеоблогингом. Доказано, что в контекстах распространения научного лингвистического знания в формате короткого видео автор конструирует гибридную идентичность, актуализирует себя как эксперт в заявленной области и демонстрирует владение блогерскими приемами ведения коммуникации. Продемонстрировано, что в построении гибридной идентичности автора видео задействованы различные семиотические ресурсы. Таким образом, вербальный пласт, лежащий в основе короткого видео, оказывается тесно связанным с визуальными элементами, направляющими трансфер научного знания о языковых явлениях. Соприкосновение различных уровней создания смыслов порождает принципиально новые коммуникативные практики передачи научного знания широкой аудитории. Наиболее характерной практикой такого рода становится мультимодальное цитирование, адаптирующее к среде интернет-общения традиционную дихотомию «свой — чужой», центральную для разграничения уже существующего научного знания и нового авторского вклада.

Ключевые слова: трансфер научного знания, лингвистическое знание, жанр научно-популярного видео, немецкоязычные тиктоки, языковые средства организации тиктоков, мультимодальность.

Для цитирования: Кондратенко П.И. Особенности представления лингвистического знания в немецкоязычных тиктоках: языковые средства и мультимодальные коммуникативные практики // Terra Linguistica. 2025. Т. 16. № 1. С. 30–46. DOI: 10.18721/JHSS.16103



HOW GERMAN TIKTOKS REPRESENT LINGUISTIC KNOWLEDGE: LINGUISTIC RESOURCES AND MULTIMODAL COMMUNICATIVE PRACTICES

P.I. Kondratenko 

St. Petersburg State University,
St. Petersburg, Russian Federation

 p.kondratenko@spbu.ru

Abstract. The present article is the inaugural study to analyse German TikToks in the context of the popularisation of scientific and, more specifically, linguistic knowledge. Notwithstanding the escalating popularity of research in the domain of Internet linguistics and the examination of emergent forms of communication, concise video recordings on prominent online platforms persist in being predominantly perceived by academics as a medium of user entertainment. The integration of such content within the broader functioning of other social systems, such as education, science and politics, remains largely unexamined. This paper summarises the results of a qualitative-quantitative multimodal analysis of 100 German short videos (TikToks) by the author @fussballinguist. The analysis of German short videos provides a basis for the establishment of the prototypical structure of a popular science TikTok, which disseminates knowledge concerning contemporary linguistic research and the usual variation of the German language to a wide audience. The paper identifies and examines the structural elements (introduction, main body, and conclusion) that are characteristic of these videos. It also explores the relationship between the content and the structural organisation of these elements, and the technical capabilities of the platform. It is noteworthy that the construction of popular science presentations is interactive, with the author of short videos engaging active bloggers (utilising Duett and Stitch functions) and direct recipients (i.e. ordinary users registered on the platform who do not engage in video-blogging). The paper proves that in the context of disseminating scientific linguistic knowledge in the format of a short video on the TikTok platform, the author constructs a hybrid identity, actualises himself as an expert in the declared field and demonstrates mastery of blogger communication techniques. The analysis demonstrates the integration of diverse semiotic resources in the construction of the hybrid identity of the video author. It has been established that the verbal element underlying the short video is closely connected with the visual elements that guide the transfer of scientific knowledge about linguistic phenomena. The interpenetration of different levels of meaning-making gives rise to fundamentally new communicative practices of communicating scientific knowledge to a wide audience. Consequently, multimodal citation emerges as the predominant practice, adapting the traditional dichotomy of 'one's own – another' to the Internet communication environment. This dichotomy is central to the distinction between existing scientific knowledge and new authorial contributions.

Keywords: scientific knowledge transfer, linguistic knowledge, popular science video genre, German TikToks, linguistic resources in TikToks, multimodality.

Citation: Kondratenko P.I., How German TikToks represent linguistic knowledge: linguistic resources and multimodal communicative practices, *Terra Linguistica*, 16 (1) (2025) 30–46. DOI: 10.18721/JHSS.16103

Введение

В полном соответствии с известной цитатой из книги М. Маклюэна «Understanding Media: The Extensions of Man»: «Our speed-up today is not a slow explosion outward from center to margins but an instant implosion and an interfusion of space and functions (Наше ускорение сегодня – это не медленный взрыв, направленный от центра к периферии, но мгновенная вспышка и взаимопроникновение пространства и функций)» [1, с. 93], – повсеместная интернет-коммуникация продолжает открывать новые пространства для развития принципиально новых форматов общения, подключающих к порождению смыслов различные знаковые системы. Если недавно



симптоматичным в отношении медиального сдвига представлялся переход от преимущественно текстового общения пользователей в сети (см. ЖЖ, Facebook¹, ВКонтакте и др.) к обмену статичными изображениями (Instagram², Pinterest) — англ. *shift toward image-centricity* [2], то сегодня становится очевидным движение коммуникации от статики к динамике — от неподвижных изображений к видео, причем преимущественно к короткометражным форматам³.

Одна из наиболее известных платформ для распространения коротких видеороликов, TikTok, функционирует с 2018 года. В период с 2014 по 2018 год платформа называлась musical.ly [3, с. 3]: аналог современного видеохостинга использовался интернет-коммуникантами преимущественно для реализации экспрессивной и развлекательной функций. Содержание видео сводилось к имитации пения: пользователи реинтерпретировали известные композиции за счет создания любительской драматургии, наложения жестов и мимики, добавления визуальных цифровых эффектов. Неудивительно, что такая специфика определила отношение исследователей к мультимодальному содержанию, которое публикуется пользователями TikTok сегодня. Так, ученые отмечают вторичность (пародийность) коротких видео [4, 5]; использование сетевого сленга и англоязычных заимствований [6]; неоднородность единиц и кодов в кадре [7, с. 140]. Отмечается даже низкая популярность пользователей, размещающих на платформе видео социально-политического или иного серьезного содержания [8, с. 349]. Это наблюдение, впрочем, кажется нам не вполне объективным, особенно на фоне устоявшихся представлений о высоком потенциале интернет-платформ для отражения различных виртуальных ипостасей реального человека [9, с. 37], в том числе и его профессиональной идентичности. Представляется, что эмпирический материал нашего исследования также позволит продолжить полемику с тезисом о «поражении» авторов-создателей коротких видео, вносящих вклад в формирование коллективного, в том числе предметно специализированного, знания, и изменяющих существующие социо-коммуникативные практики в ситуациях общения исследователей и широкой общественности.

Отметим, что короткие видео на платформе TikTok (тиктоки) освещаются в научном дискурсе с 2020 года. С систематизацией исследований платформы в зарубежных академических контекстах можно ознакомиться у коллектива авторов, описавших динамику изучения хостинга коротких видео с помощью алгоритмов библиометрии [10]. С сожалением, однако, констатируем, что в пространстве русскоязычных исследований коммуникации в TikTok речь чаще всего идет о материалах конференций, работах обзорного, скорее даже реферативного характера [11, 12]. Очевиден недостаток лингвистических статей и монографий, осмысляющих общение интернет-пользователей посредством коротких видео. Вместе с тем нельзя не приветствовать интерес к изучению роли тиктоков в процессах психологического консультирования, менеджмента и маркетинга [13–15]. Кроме того, укажем на ряд работ, интегрирующих коммуникацию на платформе в ситуации лингводидактики и решения актуальных задач музейной педагогики [16–18].

Вместе с тем в отечественной научной периодике TikTok практически не рассматривается как площадка для трансфера научного знания. В зарубежных академических журналах исследования коротких видео как своеобразного научно-популярного форума новейшего времени также редки, исследователи чаще ограничиваются упоминанием популярных интернет-ресурсов в качестве возможных платформ для представления научного результата общественности [19, с. 5]. На наш взгляд, исследование тиктоков в контексте осмысления новых путей трансфера научных результатов представляется продуктивным, причем не только с точки зрения общего анализа языковых и неязыковых средств и способов представления нового научного знания в интернете, но также и с позиций изучения идентичности и ее выражения в поле параметров, характеризующих конкретный медиадискурсивный формат (подробнее см. [20, с. 87]).

¹ Запрещена на территории РФ.

² Запрещена на территории РФ.

³ Короткий или длинный метр? Результаты опроса об отношении к коротким видеороликам среди россиян // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/korotkii-ili-dlinnyi-metr> (дата обращения: 19.02.2025).



Настоящее исследование нацелено на изучение «ансамбля модусов» (англ. *modal ensemble* [21, с. 28]) представления нового лингвистического знания в формате коротких немецкоязычных видео на платформе TikTok. Наше исходное предположение заключается в том, что особенности презентации научных результатов в формате тиктоков будут формироваться жанровыми рамками. Вероятно, будет оправданным утверждать, что жанр научно-популярного короткого видео находится в процессе становления, однако даже поверхностные наблюдения заставляют предполагать, что короткие видео («шортсы», «рилсы», «клипы» — в зависимости от платформы) отличаются от «стандартных» видео не только длительностью, но и особенностями композиции и типичными способами взаимодействия с адресатом. Ожидается, что автор короткого видео (индивидуальный или коллективный — медийная персона или канал) будет выстраивать в контексте распространения научного знания биполярную идентичность, перемещаясь между полюсом «исследователь» и полюсом «блогер». Построение гибридной идентичности необходимо для соответствия социальным конвенциям общения, принятым на конкретной платформе: в противном случае автору будет затруднительно удовлетворять коммуникативные ожидания реципиентов, и видео не будут включены в алгоритмы, повышающие количество охватов и просмотров. Сложность интерпретации видео повышает сочетание различных модусов передачи информации. Изначально можно сформулировать предположение, что в тиктоках, распространяющих научное знание, визуальный элемент скорее будет отвечать за развлекательность и функциональную близость к видеоблогу, сигнализировать единство *когнитивного стиля* [22] автора видео и пользователей платформы. В то же время предполагается, что вербальная составляющая коротких видео будет отвечать в первую очередь за адекватную передачу научного содержания, терминологическую точность, экспликацию логических взаимосвязей между исходными посылами и выводами, постановкой проблемы и объяснением.

Материал и методика исследования

Материалом исследования послужили 100 коротких видео (суммарная продолжительность — 6550 секунд), опубликованных в период с 2022 по 2023 год на TikTok-канале @fussballinguist (‘футбольный лингвист’). Автор канала — профессор Дрезденского технического университета (Technische Universität Dresden) Симон Майер-Фиракер (Simon Meier-Vieracker), специалист по корпусной лингвистике, медиалингвистике и дискурс-анализу. Выбор канала обусловлен репрезентативностью научно-учебных и методико-дидактических цифровых форматов передачи лингвистического знания, разрабатываемых Дрезденским техническим университетом. С 2014 года и до настоящего времени университет ведет проект на видеохостинге YouTube — Linguistik in 60/120 Sekunden⁴, хорошо известный студентам-германистам. Канал Симона Майера-Фиракера, отмеченный в 2023 году премией Golden Blogger, также пользуется спросом у широкой аудитории и насчитывает более 90 000 подписчиков. Название канала отсылает к исследовательскому проекту профессора Майера-Фиракера Fußballlinguistik (‘футбольная лингвистика’) (fussballlinguistik.de) и одноименному корпусу интернет-текстов о футболе, транскриптов записей комментаторов футбольных матчей и спортивных новостей. Изначально канал создавался в репутационных и рекламных целях для привлечения внимания к программе «Прикладная лингвистика» в техническом университете: очевидно, что наблюдаемая исследователями цифровизация и медиатизация общественно-политической жизни [23, с. 100] становится определяющей и для сферы науки и высшего образования. Впоследствии @fussballinguist был преобразован в самостоятельный просветительский проект.

Внутренняя структура канала включает в себя следующие тематические разделы. Первый раздел — Prof POV (POV — англ. *point of view* — реферирует к коммуникативной ситуации, в которой

⁴ Linguistik in 60/120 Sekunden. URL: https://www.youtube.com/watch?v=yfDtyO-74C4&list=PLzwHQfOPWZDG3VCdnPrWIqB_CtopVZ-K0F&index=1 (дата обращения: 19.02.2025).



повествование ведется от первого лица) — представлен юмористическими скетчами из жизни университетского профессора, второй раздел — Unitipps — дает студентам варианты решения проблемных ситуаций, сопровождающих образовательный процесс. Третий раздел — Uni und Karriere, наиболее близкий к исходному замыслу автора канала, — содержит рекомендации для абитуриентов и молодых специалистов. Наконец, четвертый раздел — LinguisTikTok — состоит из более чем 166 коротких видео, отражающих научные интересы автора. В этом разделе для широкой аудитории пользователей TikTok: излагаются основы конверсационного анализа; рассматриваются особенности синтаксиса устной немецкой речи; обсуждается региональная вариативность немецкого языка (диалекты на территории Германии, австрийский и швейцарский литературные стандарты, критическое отношение общественности к региональным особенностям, языковые идеологии [24, с. 27]); опровергается прескриптивно ориентированная любительская критика языка, которая инициирует и направляет острые общественные дискуссии о *richtiges und gutes Deutsch* — «правильном и хорошем немецком языке» [25, с. 410].

Короткие видео подверглись транскрибации вручную; параметры, традиционно важные для конверсационного анализа (разговорный шаг, мена говорящего, паузация и т.д.), не учитывались, так как их релевантность для нашего исследования сомнительна (в кадре нет диалогической речи в привычном понимании, речь скорее подготовленная, чем спонтанная). Далее видео прошли процедуру мультимодального качественно-количественного дискурс-анализа, который позволил учитывать визуальную информацию при контекстно-семантическом и коммуникативно-прагматическом анализе вербальной составляющей немецкоязычных лингвистических тиктоков.

Результаты исследования

Проведенный анализ позволил следующим образом очертить рамки изучаемого жанра коммуникации. Минимальная длительность видео в выборке составила 6 секунд, максимальная — 3 минуты. Восемь видеороликов короче 10 секунд отличаются меньшей информативностью по сравнению с другими видео @fussballinguist: на передний план выходит развлекательная функция. Такие видео представляют собой динамическую разновидность интернет-мема на тему, связанную с лингвистикой или процессом формирования лингвистических и/или общенаучных компетенций в университете. Несмотря на то, что мы имеем дело с видеокоммуникацией, ориентированной преимущественно на широкий круг реципиентов, анализ (ультра)коротких видео подтверждает вывод о специфической адресованности мультимодальных коммуникатов, полученный в рамках другого исследования немецкоязычных интернет-мемов [26, с. 214]. В частности, в одном (ультра)коротком видео снова поднимается дискуссионный вопрос о том, чем филология отличается от лингвистики⁵.

Средняя продолжительность видео составляет 66 секунд. Типичный тикток @fussballinguist на лингвистическую тему, как правило, состоит из трех композиционных блоков. В качестве введения чаще всего выступает короткий (не более 10 секунд) фрагмент из видео другого пользователя, добавленный к авторскому видео с помощью функции *Stitch* (англ. букв.: ‘сшивание’). Эта функция позволяет отобразить диалогическое взаимодействие с другим пользователем в названии видео за счет хештегов и упоминаний (см. например: *#stitch mit @okayhenno gedownloaded oder downgeloadet? #linguistiktok*) и тем самым повысить охваты видеоролика, а также стимулировать и направить поток творческой активности пользователей в предзаданное платформой русло [27, с. 5]. Фрагмент из видео другого пользователя может, как в случае взаимодействия @fussballinguist и @okayhenno, иллюстрировать узуальное отклонение от нормы, см.: *Wie ich*

⁵ Literaturwissenschaft und Linguistik sind beide Teil der #Germanistik, aber die Unterschiede sind groß zwischen den Disziplinen. Ich bin trotzdem froh, Teil der Germanistik zu sein, gerade wegen der Vielfalt. #linguistiktok #literature #fyp #foryou. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7188514474062580997?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7388080402348803616 (дата обращения: 26.01.2024).



*meine Bildschirmzeit analysiere, nachdem ich Tiktok gedownloadet habe*⁶. Таким образом, вводный фрагмент логичным образом ведет к постановке дискуссионного вопроса в видео Майера-Фиракера: *Heißt es „gedownloadet“ oder doch lieber „downgeloadet“? (Правильно говорить «gedownloadet» или все же «downgeloadet»?)*⁷

Основная часть короткого лингвистического видео, как правило, строится по принципу «развенчивание мифа»: в этой части происходит объяснение представленного узуального явления с лингвистической точки зрения. Объяснения, как это принято в научно-исследовательской и научно-учебной коммуникации, опираются на опубликованные труды по соответствующей теме. Кроме того, нередко к интерпретации отклонения от литературной нормы подключаются данные электронных корпусов текстов и открытого научного проекта Atlas zur deutschen Alltagssprache⁸, изучающего проявления региональной языковой вариативности, см.: *Aber jetzt schauen wir uns diese Aussprachekarte an. Wohlgemerkt keine Dialektkarte, sondern die zeigt die Aussprache der Standardsprache, da sehen wir, dass im Süden des deutschsprachigen Raums richtig die bevorzugte Variante ist (Но менерь давайте посмотрим на карту произношения. Заметьте, это не карта диалектов, а карта, отражающая вариативность литературной нормы, поэтому мы видим, что на юге немецкоязычного мира предпочтение отдается варианту richtig)*⁹.

Заключение видео по сравнению с другими композиционными блоками больше подвержено варьированию. Для завершения рассуждений о языковых явлениях может использоваться:

1) **краткий вывод** (в том числе с участием вопросно-ответных комплексов): *Was wird eigentlich mit dem Weil-Satz begründet? Der Weil-Satz begründet hier einfach keinen Sachverhalt, sondern er begründet, warum hier überhaupt die Frage nach dem richtigen Artikel gestellt wurde (Что на самом деле обосновывается предложением с weil? В предложении с weil не просто объясняется конкретный факт, но обосновывается, почему вообще был задан вопрос о правильном артикле)*¹⁰.

2) **повторная актуализация терминов в контексте** (если не известные широкой аудитории термины вводились в начале основной части): *Wir sind als Sprecher offenbar so sehr gewohnt, den Superlativ durch die Nachsilbe -ste zu markieren, dass uns meistverkaufte irgendwie nicht genug zu sein scheint. Und das ist übrigens auch der Grund, warum viele Leute einzigste sagen (Мы как носители языка, очевидно, настолько привыкли обозначать превосходную степень с помощью суффикса -ste, что нам кажется, что форма «meistverkaufte» недостаточно выразительна. И это, кстати, причина, по которой многие люди говорят «einzigste»)*¹¹.

3) **реинтерпретация введения**: возвращаясь к отрывку из видео другого пользователя, которое служит введением к лингвистическим объяснениям и содержит в себе ненормативное *wie* в сравнительной конструкции (*besser wie du*), Майер-Фиракер приходит к выводу о том, что в разговорной речи все же допустимо употреблять *wie* вместо *als* при прилагательных и наречиях в сравнительной степени, и завершает видео следующим высказыванием: *und jetzt wisst ihr hoffentlich mehr wie vorher (и теперь, я надеюсь, вы знаете больше как раньше)*¹².

⁶ Gedownloadet oder downgeloadet? URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7097111704542170373?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7389934698330064417 (дата обращения: 26.01.2024).

⁷ Здесь и далее примеры даются в переводе автора статьи.

⁸ Atlas zur deutschen Alltagssprache. URL: <https://www.atlas-alltagssprache.de> (дата обращения: 19.02.2025).

⁹ Richtig oder richtig? #stitch mit @employmag #language #linguistics #aussprache. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7051246815588437254?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7389934698330064417 (дата обращения: 26.01.2024).

¹⁰ Mascara, entscheide ganz frei, weil es ist alles drei richtig. #stitch mit @Linnea Der, die, das #Mascara, entscheide ganz frei, weil es ist alles drei richtig :) #linguistiktok #language #grammar #fyp #foryou. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7195834356584189189?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7388080402348803616 (дата обращения: 26.01.2024).

¹¹ Einer der meistgemachten Fehler sogar von Muttersprachler:innen. #stitch mit @der_piekfeine_angler_v2 einer der meistgemachten Fehler sogar von Muttersprachler:innen :) Quelle: dwds.de #linguistiktok #language #grammar #fyp #foryou @Simon Meier-Vieracker. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7208080588564221190?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7388080361567618566 (дата обращения: 26.01.2024).

¹² Seid ihr klüger (als) wie vorher. #stitch mit @ali Mit #LinguistTikTok seid ihr klüger (als) wie vorher. Quellen: Jäger, Agnes (2017): „Mit eyne ander manier dan nu“ – Historische Variation bei Vergleichskonstruktionen. In: Konopka, Marek/Wöllstein, Angelika (Hg.): Grammatische Variation. Empirische Zugänge und theoretische Modellierung. Berlin, Boston: de Gruyter. S. 65–84. atlas-alltagssprache.de/vergleichspartikel/. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7332392511228448032?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384482779763492395 (дата обращения: 26.01.2024).



4) **рекомендация литературы для дальнейшего изучения:** *Wenn ihr genauer wissen wollt, warum es insgesamt mehr Ausnahmen als Regeln gibt, dann kann ich euch dieses Buch hier empfehlen* (Если вы хотите узнать больше о том, почему исключений больше чем правил, я могу рекомендовать вам эту книгу)¹³.

5) **взаимодействие с аудиторией:** *Kennt ihr ähnliche Grenzfälle? Schreibts gern in die Kommentare! (Знаете ли вы похожие переходные случаи? Не стесняйтесь писать о них в комментариях!)*¹⁴

Несмотря на то, что Майер-Фиракер взаимодействует с пользователями платформы, обращаясь к ним на «ты» во множественном числе, вербальный уровень организации тиктоков отражает основные черты научной коммуникации¹⁵ (подробнее см. [28, с. 34–37]), которые переносятся и на научно-популярное общение. Так, 1) **отвлеченность** и **обобщенность** научной коммуникации гарантируется использованием языковых единиц абстрактного и обобщенного значения; автор нередко оперирует терминами морфологии и синтаксиса, фонетики и лексикологии, например: *das Komplement* ('комплемент' – термин грамматики конструкций), *die Pronominaladverbkonstruktion* ('конструкция с местоименным наречием'), *die Genusvariation* ('варьирование грамматического рода'), *die Movierung* ('изменение по родам'), *der Glottisschlag* ('глоттальный удар'). 2) **Логичности** изложения, **доказательности** и **аргументированности** способствуют постепенное развертывание аргументации от конкретных примеров к обобщениям, использование лексических операторов для структурирования мыслей, включение сложноподчиненных и сложносочиненных предложений: *Die AutorInnen folgern übrigens aus ihren Ergebnissen, dass es relevantere und weniger relevante Kontexte fürs Gendern gibt, oder wir könntens auch so aussetzen... ausdrücken: ein gesunder Pragmatismus ist durchaus angezeigt* (Кстати, на основании полученных данных авторы делают вывод о том, что существуют более или менее релевантные контексты для реализации гендерно-нейтральных речевых стратегий, ну или мы бы могли это так отложить... изложить: здоровый прагматизм никому не противопоказан)¹⁶; *Dafür gibt's im Wesentlichen zwei Gründe. Der Erste ist ja, dass wir vor ein paar Hundert Jahren im Deutschen angefangen haben, den „Schwa“-Laut mit „e“ zu schreiben. Der Schwa-Laut, auch mittlerer Zentralvokal genannt, ist das /ə/ wie in Torte oder gesund. Dafür haben wir in der Lautschrift ein eigenes Zeichen, nämlich dieses hier. Im normalen deutschen Schriftsystem schreiben wir es aber einfach als „e“* (Этому есть две основные причины. Первая заключается в том, что мы начали писать звук «шва» через «е» в немецком языке несколько сотен лет назад. Звук «шва», также известный как гласный /ə/ смешанного ряда и подъема, встречается в словах «Torte» или «gesund». В фонетической транскрипции для него существует особый символ, а именно, вот этот. Однако обычно на письме мы используем просто «е»)¹⁷. 3) **Точность** и **ясность** гарантируют ссылки на статьи и монографии, электронные корпусы текстов, словари, результаты научных проектов, находящиеся в открытом доступе. Нередко ссылки на работы других исследователей присутствуют даже в названии видео, что достаточно нетипично для платформы, см.: *#stitch mit @ali Mit #LinguistikTok seid ihr klüger (als) wie vorher. Quellen: Jäger, Agnes (2017): „Mit eyne ander manier dan nu“ – Historische Variation bei Vergleichskonstruktionen. In: Konopka, Marek/Wöllstein, Angelika (Hg.): Grammatische Variation. Empirische Zugänge und theoretische Modellierung. Berlin, Boston: de Gruyter. S. 65–84. atlas-alltagssprache.de/vergleichspartikel/*.

¹³ Pflaumenbaum oder Pflaumebaum? #stitch mit @Tia #linguistiktok Quelle: Kristin Kopf: Fugenelemente Diachron: eine Korpusuntersuchung zu Entstehung und Ausbreitung der verfügenden N+N-Komposita. Berlin: De Gruyter 2018. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7322368976820997408?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384543607677912608 (дата обращения: 26.01.2024).

¹⁴ #stitch mit @Christian Spannagel Abstraktion ist etwas, dass wir im Grammatikunterricht unbedingt vermitteln müssen. #linguistiktok #language #grammar Quelle: Höllein, Dagobert (2019). Präpositionalobjekt vs. Adverbial: Die semantischen Rollen der Präpositionalobjekte. Berlin, Boston: De Gruyter. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7296767628914298145?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384543607677912608 (дата обращения: 26.01.2024).

¹⁵ Кожина М.Н. Научный стиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 242–249.

¹⁶ Man muss nicht von einer Bürger*innenmeister*innenwahl sprechen. #linguistiktok Bross, Fabian & Lea-Sophie Kurz. 2023. Zur Wahrnehmung des generischen Maskulinums in Erstgliedern von Komposita und maskuliner Epizöna. Zeitschrift für germanistische Linguistik 51(3). 397–423. Nübling, Damaris & Helga Kotthoff. 2018. Gender-Linguistik. Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht. Tübingen: Narr. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7338809303593258272?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384482779763492395 (дата обращения: 26.01.2024).

¹⁷ linguistisch betrachtet nh gute Lösung nh #stitch mit @bayukmusic linguistisch betrachtet nh gute Lösung nh #linguistiktok @Droemer Knauer | BookTok. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7335108258442530080?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384482779763492395 (дата обращения: 26.01.2024).



Как уже было отмечено выше, 4) **коммуникативная направленность**, или **учет адресата**, строится скорее по принципам неформального общения в условиях видеоблогинга. С другой стороны, интересно обратить внимание на то, как автор тиктоков позиционирует себя по отношению к адресату: *Daraus kann man den Schluss ziehen, dass bei Personenbezeichnungen, wo es eine weibliche Form gibt, wir sprechen dann in der Linguistik von movierbar, dass bei solchen Wörtern die Chance, dass ein generisches Maskulinum eben doch als geschlechtsspezifisch, als rein männlich interpretiert wird, viel höher ist (Из этого можно сделать вывод, что в случае с личными именами, где есть женская форма, — в лингвистике мы называем это изменением по родам (Movierung) — риск того, что общий мужской род будет интерпретироваться как соотнесенный с биологическим мужским полом, будет гораздо выше)*¹⁸. В приведенном примере Майер-Фиракер демонстрирует свою принадлежность к коллективу ученых-лингвистов за счет эксплицитного упоминания этой области знания и местоимения 1 л., мн. ч. *wir*, которое в сочетании с упоминанием лингвистики однозначно соотносится с профильным академическим сообществом.

Несмотря на то, что, на первый взгляд, можно сделать вывод о подтверждении части нашей гипотезы, дальнейший анализ вербального пласта коротких видео показывает, что в действительности языковые средства актуализируют не только идентичность исследователя-эксперта в контексте. Презентация научного знания пользователям платформы сопровождается языковыми маркерами, возвращающими нас в ситуативный контекст, в котором профессор Майер-Фиракер позиционирует себя не только как лингвист (*Ich bin Simon, ich bin Linguist (Меня зовут Симон, я лингвист)*), но и как видеоблогер, выстраивающий коммуникацию на основании традиций общения, сложившихся в сообществе пользователей платформы. «Блогерский текст» поддерживается за счет активного использования англоязычных заимствований, переключения кодов (*random, Hatespeech, Gaslighting, Claim droppen, Takes, The time has come, Leute; Und das Ähnliche sogar schon Luther, also don't panic!*¹⁹); проявления лингвокреативности и экспрессии в речи; употребления слов и выражений, которые номинируют действия, сопровождающие общение на платформе (*lasst mal ein Like oder ein Abo (поставьте лайк или подпишитесь на канал); Ich hoffe, dass dieses Video hat euch gefallen (надеюсь, вам понравилось это видео); Creatoren und Creatorinnen; Wenn ja, macht gerne das Plus weg und das Herz rot (если да, то уберите плюсики и покрасьте сердечко в красный — перефразированное поставьте лайк и подпишитесь на канал)*²⁰).

Описание примеров и погружение интерпретации лингвистических явлений в ситуативный контекст коммуникации в TikTok, естественно, требуют подключения визуальных ресурсов, типичных для ведения видеоблога. Например, значимые текстовые примеры могут выводиться поверх видео и выделяться с помощью цвета или эмодзи; функции *Duett* и *Stitch* позволяют «сшить» в единое визуальное целое фрагменты разных видеофайлов; наложение на основной кадр дополнительных статических и динамических визуальных объектов (интернет-мемов, стикеров, фотографий и пр.) дают основания говорить о реализации стратегии *Layered Storytelling* [29, с. 10–14] — *многослойного повествования*, типичного для коммуникации в TikTok, которую в целом отличает высокая семиотическая плотность. Кроме того, более активные, чем в академическом контексте, жестикуляция и мимика, а также типичные жесты-указания на ссылки или примеры, размещенные в кадре, или на кнопку подписки на канал за рамками кадра также свидетельствуют о том, что Майер-Фиракер выстраивает взаимодействие с реципиентами не только из позиции эксперта по

¹⁸ Man muss nicht von einer Bürger*innenmeister*innenwahl sprechen. #linguistiktok Bross, Fabian & Lea-Sophie Kurz. 2023. Zur Wahrnehmung des generischen Maskulinums in Erstgliedern von Komposita und maskuliner Epizöna. Zeitschrift für germanistische Linguistik 51(3). 397–423. Nübling, Damaris & Helga Kotthoff. 2018. Gender-Linguistik. Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht. Tübingen: Narr. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7338809303593258272?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384482779763492395 (дата обращения: 26.01.2024).

¹⁹ #stitch mit @Schönfärberin ziemlich lange her to be honest #linguistiktok. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7330164097067076897?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384482779763492395 (дата обращения: 26.01.2024).

²⁰ #stitch mit @Hummel Die Linguistik zeigt uns, dass das war kein simpler Versprecher. #linguistiktok #language #grammar #foryou #fyp. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7172086994737040645?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7389601936368076294 (дата обращения: 26.01.2024).



Рис. 1. Жест-указание «подписаться на канал»

Fig. 1. The “subscribe to channel” gesture

языковым вопросам, но и как активный пользователь платформы, хорошо знакомый с особенностями коммуникации в формате коротких видео (рис. 1).

Необходимо, однако, заметить, что визуальный элемент видео, вопреки нашему исходному предположению, не сфокусирован исключительно на контекстуальном построении идентичности Майера-Фиракера-видеоблогера. Взаимная интеграция «мира показанного» и «мира рассказанного» [30, с. 90] формирует новые визуально-вербальные социокоммуникативные практики, которые соотносятся в первую очередь с необходимостью четко маркировать «напряженный диалог конкретного исследователя с представителями профессионального сообщества специалистов, с которыми он себя идентифицирует» [31, с. 87], взаимодействие старого и нового научного знания, выделение своего вклада на фоне уже существующих результатов. Посредником между структурами научного знания в тиктоках выступает мультимодальное цитирование, которое складывается из вербального указания на определенный источник научной информации, например: *Nicht umsonst hat Dagobert Höllein seine ganze Dissertation über die Abgrenzung von Präpositionalobjekten und Adverbialen geschrieben* (Не зря Дагоберт Хёлляйн написал целую диссертацию о различиях между предложными объектами и обстоятельством)²¹ и демонстрации (обложки, разворота, страницы) монографии/статьи в кадре. Отметим, что дихотомия «свое» vs. «чужое», «старое» vs. «новое» поддерживается и за счет расположения объектов визуального уровня в кадре: на переднем плане находится фигура говорящего — автора видео, дополняющего своей интерпретацией языковых явлений массив уже существующего знания, в то время как упоминаемая монография используется как фоновый слой изображения (рис. 2).

Мультимодальное цитирование зафиксировано в 63 коротких видео из нашей выборки. В среднем, как показывают результаты вычислений, приведенные в таблице 1, мультимодальное цитирование занимает 26% времени видео, что составляет практически 1/3 от усредненного значения суммарной длительности научно-популярных лингвистических тиктоков.

Как и в письменных научных и научно-популярных текстах, мультимодальное цитирование может включать в себя случаи самоцитирования; обращения к печатной литературе дополняются апелляцией к интернет-источникам научных сведений о языке, ср. упоминание профессором Майером-Фиракером своей книги, использование результатов проекта *Atlas zur deutschen*

²¹ #stitch mit @Christian Spannagel Abstraktion ist etwas, dass wir im Grammatikunterricht unbedingt vermitteln müssen. #linguistiktok #language #grammar Quelle: Höllein, Dagobert (2019). *Präpositionalobjekt vs. Adverbial: Die semantischen Rollen der Präpositionalobjekte*. Berlin, Boston: De Gruyter. URL: https://www.tiktok.com/@fussballinguist/video/7296767628914298145?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7384543607677912608 (дата обращения: 26.01.2024).



Таблица 1. Доля мультимодального цитирования в научно-популярных лингвистических тиктоках
Table 1. The proportion of multimodal citations in popular science linguistic tictocs

	Суммарная длительность (с.)	Мультимодальное цитирование (с.)	Доля мультимодального цитирования (%)
1.	40	30	75%
2.	18	8	44%
3.	212	75	35%
4.	48	15	31%
5.	109	7	6%
6.	56	48	86%
7.	30	8	27%
8.	20	8	40%
9.	15	9	60%
10.	79	52	66%
11.	9	0	0%
12.	134	22	16%
13.	58	4	7%
14.	59	0	0%
15.	59	0	0%
16.	121	43	36%
17.	43	23	53%
18.	141	14	10%
19.	57	30	53%
20.	127	71	56%
21.	6	0	0%
22.	59	37	63%
23.	13	0	0%
24.	162	9	6%
25.	9	0	0%
26.	139	51	37%
27.	58	16	28%
28.	58	26	45%
29.	49	0	0%
30.	51	4	8%
31.	7	0	0%
32.	52	0	0%
33.	59	9	15%
34.	55	0	0%
35.	11	0	0%
36.	45	0	0%
37.	58	17	29%
38.	58	15	26%
39.	57	18	32%
40.	59	0	0%
41.	12	0	0%
42.	55	22	40%
43.	48	0	0%



Продолжение таблицы 1

	Суммарная длительность (с.)	Мультимодальное цитирование (с.)	Доля мультимодального цитирования (%)
44.	55	0	0%
45.	35	0	0%
46.	123	37	30%
47.	56	13	23%
48.	59	0	0%
49.	52	5	10%
50.	58	35	60%
51.	7	0	0%
52.	58	45	78%
53.	58	21	36%
54.	55	16	29%
55.	12	0	0%
56.	59	0	0%
57.	54	33	61%
58.	150	124	83%
59.	108	28	26%
60.	57	24	42%
61.	56	36	64%
62.	156	30	19%
63.	58	40	69%
64.	7	0	0%
65.	59	5	8%
66.	14	8	57%
67.	6	0	0%
68.	52	0	0%
69.	58	0	0%
70.	58	27	47%
71.	58	31	53%
72.	18	0	0%
73.	57	11	19%
74.	145	0	0%
75.	56	0	0%
76.	145	111	77%
77.	58	0	0%
78.	58	0	0%
79.	59	35	59%
80.	59	28	47%
81.	176	0	0%
82.	58	25	43%
83.	56	20	36%
84.	58	10	17%
85.	57	0	0%
86.	24	0	0%
87.	56	17	30%
88.	57	14	25%



Окончание таблицы 1

	Суммарная длительность (с.)	Мультимодальное цитирование (с.)	Доля мультимодального цитирования (%)
89.	55	0	0%
90.	59	23	39%
91.	59	34	58%
92.	122	67	55%
93.	173	87	50%
94.	167	81	49%
95.	9	0	0%
96.	10	0	0%
97.	73	0	0%
98.	154	0	0%
99.	165	61	37%
100.	54	49	91%
СР. ЗНАЧ	66	19	26%

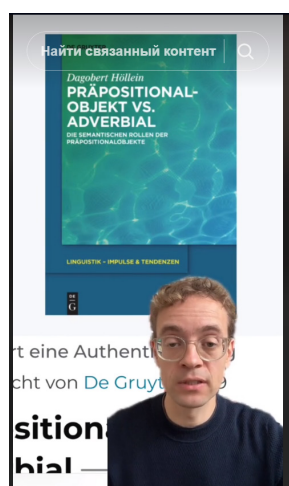


Рис. 2. Визуальная составляющая мультимодального цитирования

Fig. 2. The visual component of multimodal citation

Alltagssprache при обсуждении регионально обусловленных лексических и коммуникативно-прагматических особенностей в ситуациях приветствия/прощания, а также указание на конкретную страницу монографии других авторов.

Несмотря на функциональное сходство мультимодального цитирования с коммуникативными практиками, традиционно направляющими общение в ситуациях «исследователь — исследователь», «исследователь — общественность», нельзя не отметить одно существенное различие (рис. 3). Визуально «цитироваться» могут не только избранные страницы, положения, таблицы и иллюстрации, но и обложки научных монографий и научно-популярных изданий. Так как обложка не позволяет четко обозначить используемый сегмент наличного знания, но формирует у интернет-пользователей устойчивую визуальную ассоциацию с обсуждаемой темой, вероятно, такую разновидность мультимодального цитирования можно рассматривать как инструмент рекламы или саморекламы исследователя в условиях популярной платформы онлайн-общения.



Лингвист в TikTok

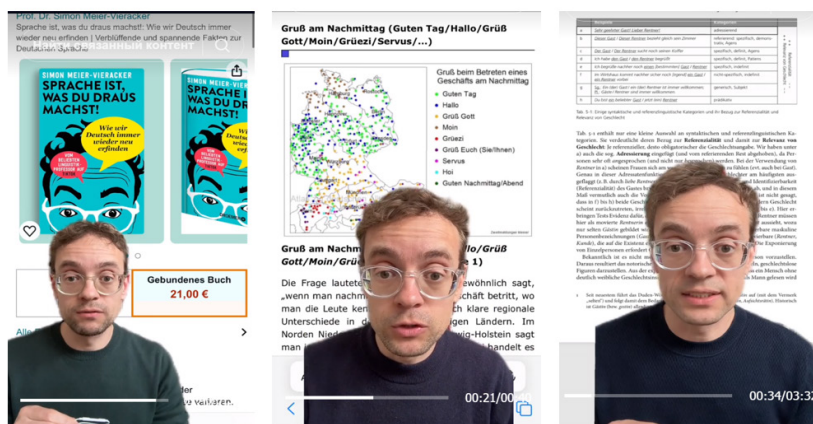


Рис. 3. Разновидности мультимодального цитирования

Fig. 3. Types of multimodal citation

Заключение

Проведенный анализ позволяет прийти к выводу о том, что короткое научно-популярное видео лингвистической тематики интегрирует традиционные способы распространения научного знания с мультимодальными коммуникативными практиками, в которых автор видео предстает как исследователь-эксперт в своей области и вместе с тем как активный пользователь платформы, владеющий широким инструментарием вербальных и визуальных средств эффективного воздействия на реципиента. Таким образом, исходная гипотеза о разделении функций вербальной и визуальной составляющих коротких видео сменяется подтверждением взаимного проникновения различных семиотических уровней. Характерным примером такой интеграции следует признать практику мультимодального цитирования, соответствующую как основополагающим правилам корректного взаимодействия структур знания в научной и научно-популярной коммуникации, так и условиям видеокommunikации на платформе.

В рамках исследования намечены структурные и содержательные особенности короткого видео лингвистической тематики, выделены и описаны типичные блоки информации и связи между ними. Для повышения объективности этого результата потребуется, однако, сопоставление лингвистических тиктоков одного автора с тиктоками других авторов коротких видео лингвистической тематики. Кроме того, для изучения коммуникативно-прагматических стратегий трансляции научного результата на широкую аудиторию представляется продуктивным кросс-платформенным и межкультурным сопоставлением, подключающим к анализу короткие видео из других источников и на других языках. Такое решение дополнит существующие представления о жанрах и форматах коммуникации в новых медиа и позволит внести вклад в развитие интернет-лингвистики в эпоху Web 3.0.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **McLuhan M.** Understanding media: The extensions of man. New York: McGraw Hill, 1964. 365 pp.
2. **Stöckl H., Caple H., Pflaeging J.** Shifts toward Image-Centricity in Contemporary Multimodal Practices. An Introduction // Shifts towards Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices /



ed. by H. Stöckl, H. Caple, J. Pflaeging. New York: Routledge, 2020. P. 1–16. DOI: 10.4324/97804294-87965-1

3. **Boffone T.** Introduction: The Rise of TikTok in US Culture // *TikTok Cultures in the United States* / ed. by T. Boffone. London; New York: Routledge, 2022. P. 1–15.

4. **Бусуркина И.П.** Этика и ценности в цифровом пространстве: на примере пародийных видео в TikTok // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2021. Т. 3, № 3. С. 374–389. DOI: 10.46539/gmd.v3i3.137

5. **Готовцева А.Г., Карпов Э.С.** Лингвосемиотические особенности текста в TikTok: «чужое слово» в новой мультимедийной реальности // *Litera*. 2021. № 4. С. 127–134. DOI: 10.25136/2409-8698.2021.4.35321

6. **Бирюкова П.С., Самойлова А.В.** TikTok сленг в современном медиапространстве // *Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований: сборник научных трудов* / под ред. А.В. Зиньковской, В.В. Катерминой, С.Х. Липириди, А.М. Прима, А.В. Самойловой. Краснодар: Кубанский государственный университет. С. 4–12.

7. **Евграфова Ю.А., Максименко О.И.** Лингвосемиотические особенности экранных текстов: неподвижная подвижность (на примере TikTok) // *Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты*. 2022. №4 (52). С. 137–148. DOI: 10.31249/chel/2022.04.09

8. **Родькин П.Е.** Медиа ситуационизм: ТикТок как реакционный модернизм // *Медиа искусство – XXI век. Генезис, художественные программы, вопросы образования: материалы международной научно-практической конференции*. М., 2023. С. 347–358.

9. **Иванова С.В.** Профессионал в цифровом пространстве: стратегии создания и трансформации образа // *Terra Linguistica*. 2024. Т. 15, № 2. С. 36–44. DOI: 10.18721/JHSS.15203

10. **Rejeb A., Rejeb K., Appolloni A., Treiblmaier H.** Foundations and knowledge clusters in TikTok (Douyin) research: evidence from bibliometric and topic modelling analysis // *Multimedia Tools and Applications*. 2024. Vol. 83. P. 32213–32243. DOI: 10.1007/s11042-023-16768-x

11. **Ясаков Ю.Д.** Социальная сеть ТикТок как место объединения проблем пользователей // *Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова: материалы конференции*. Белгород, 2021. С. 6034–6037.

12. **Фуфаева М.И., Клищенко А.И., Окушова Г.А.** Специфика коротких видео тикток-формата в медиасфере // *Визуальные медиакommunikации и реклама: новые технологии и методология исследований: материалы II Международной научно-практической конференции*. Челябинск, 2022. С. 376–381.

13. **Отичев Е.О.** Платформа TikTok: инструменты и методы продвижения брендов, товаров и услуг // *Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна*. 2021. № 2. С. 125–129.

14. **Пейгина Л.В., Теплякова А.О.** От YouTube к TikTok: демократизация процесса производства фанатских видео на примере русскоязычной фандомной культуры // *XIV конгресс антропологов и этнологов России: сборник материалов*. Томск, 2021. С. 600–601.

15. **Ажнова А.А.** Платформа TikTok как инструмент цифрового маркетинга // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2021. № 5–1 (75). С. 9–13. DOI: 10.24412/2411-0450-2021-5-1-9-13

16. **Лебедева В.С.** Потенциал использования социальной сети «TikTok» в анимационной деятельности современного музея // *Вопросы педагогики*. 2021. № 8. С. 115–118.

17. **Иванова Е.А., Король Е.В.** Использование социальной сети «TikTok» в обучении монологу // *Современная наука: актуальные проблемы теории и практики*. Серия: Гуманитарные науки. 2023. № 5. С. 59–62. DOI: 10.37882/2223-2982.2023.5.14

18. **Dwipa E., Raden A.N.K., Fajar G., Aghna Th.A., Reza A.M.** The Implementation of TikTok as Medium for Learning of English Vocabulary: The Perspective of Department English Education Students // *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*. 2024. Vol. 10, No. 1. P. 977–992. DOI: 10.30605/onoma.v10i1.3280

19. **Gürer D., Hubbard J., Bohon W.** Science on social media // *Communication earth & environment*. 2023. Vol. 4. Article no. 148. DOI: 10.1038/s43247-023-00810-9

20. **Кушнерук С.Л.** Телеграм-дискурс как порождение цифровой экосистемы: визуализация формата // *Terra Linguistica*. 2024. Т. 15, № 2. С. 85–91. DOI: 10.18721/JHSS.15208

21. **Kress G.** Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication. London; New York: Routledge, 2010. 212 p.



22. **Fleck L.** Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache. Einführung in die Lehre vom Denkstil und Denkkollektiv. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1980. 190 S.
23. **Шрамко Л.И.** Стратегии и тактики создания имиджа политика в современных медиа (на примере англоязычной качественной прессы) // *Terra Linguistica*. 2024. Т. 15, № 3. С. 99–108. DOI: 10.18721/JHSS.15309
24. **Spitzmüller J.** „Sprache“ – „Metasprache“ – „Metapragmatik“: Sprache und sprachliches Handeln als Gegenstand sozialer Reflexion // *Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit (Handbuch Sprachwissen 10)* / hrsg. von G. Antos, Th. Niehr, J. Spitzmüller. Berlin; Boston: De Gruyter, 2019. S. 11–30. DOI: 10.1515/9783110296150-002
25. **Rössler P.** Gutes Deutsch, schlechtes Deutsch: Sprachrichtigkeit und Normen als metasprachliches Thema // *Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit (Handbuch Sprachwissen 10)* / hrsg. von G. Antos, Th. Niehr, J. Spitzmüller. Berlin; Boston: De Gruyter, 2019. S. 400–423. DOI: 10.1515/9783110296150-018
26. **Вороновская И.А.** Системно-языковые и экстралингвистические средства выражения экспрессивности в немецкоязычных интернет-мемах // *Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете*. 2022. Т. 12. С. 196–217. DOI: 10.21638/spbu33.2022.110
27. **Dijk van J., Poell Th.** Understanding Social Media Logic // *Media and Communication*. 2013. Vol. 1., Iss. 1. P. 2–14. DOI: 10.12924/mac2013.01010002
28. **Ильин В.В.** Критерии научности знания. М.: Высшая школа, 1989. 128 с.
29. **Bösch M., Köver Ch.** Schluss mit lustig? TikTok als Plattform für politische Kommunikation. Berlin: Rosa-Luxemburg-Stiftung, 2021. 22 S.
30. **Кресс Г.** Социальная семиотика и вызовы мультимодальности // *Политическая наука*. 2016. № 3. С. 77–100.
31. **Нефёдов С.Т.** Диалог «известного» и «нового»: стратегии оперирования прецедентным научным знанием // *Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете*. 2019. Т. 9. С. 67–90.

REFERENCES

- [1] **McLuhan M.**, *Understanding media: The extensions of man*, McGraw Hill, New York, 1964.
- [2] **Stöckl H., Caple H., Pflaeging J.**, Shifts toward Image-Centricity in Contemporary Multimodal Practices. An Introduction, Shifts towards Image-centricity in Contemporary Multimodal Practices, ed. by H. Stöckl, H. Caple, J. Pflaeging, Routledge, New York, 2020, pp. 1–16. DOI: 10.4324/9780429487965-1
- [3] **Boffone T.**, Introduction: The Rise of TikTok in US Culture, *TikTok Cultures in the United States*, ed. by T. Boffone, Routledge, London, New York, 2022, pp. 1–15.
- [4] **Busurkina I.P.**, Ethics and Values in the Digital Environment: by the Example of Parody Videos on TikTok, *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3 (3) (2021) 374–389. DOI: 10.46539/gmd.v3i3.137
- [5] **Gotovtseva A.G., Karpov E.S.**, Linguosemiotic features of text in TikTok: “alien word” in a new multimedia reality, *Litera*, 4 (2021) 127–134. DOI: 10.25136/2409-8698.2021.4.35321
- [6] **Biryukova P.S., Samoylova A.V.**, TikTok sleng v sovremennom mediaprostranstve [TikTok slang in modern media space], *Mezhdistsiplinarnyye aspekty lingvisticheskikh issledovaniy [Interdisciplinary aspects of linguistic research]*, Coll. of Sci. Trans., ed. by A.V.Zinkovskaya, V.V. Katermina, S.Kh. Lipiridi, A.M. Prima, A.V. Samoylova, Kuban State University, Krasnodar, 2022, pp. 4–12.
- [7] **Yevgrafova Yu.A., Maksimenko O.I.**, Linguasemiotic features of screen texts: still mobility (case study of TikTok), *Human being: Image and essence. Humanitarian aspects*, 4 (52) (2022) 137–148. DOI: 10.31249/chel/2022.04.09
- [8] **Rodkin P.Ye.**, Mediasituatsionizm: TikTok kak reaktionsnyy modernizm [Media situationism: TikTok as reactional modernism], *Mediaiskusstvo – XXI vek. Genezis, khudozhestvennyye programmy, voprosy obrazovaniya [Media Art – XXI Century. Genesis, Art Programs, Educational Issues]*, Proc. of the Int. Conf., Moscow, 2023, pp. 347–358.
- [9] **Ivanova S.V.**, A professional in digital space: strategies of creating and transforming the image, *Terra Linguistica*, 15 (2) (2024) 36–44. DOI: 10.18721/JHSS.15203



- [10] **Rejeb A., Rejeb K., Appolloni A., Treiblmaier H.**, Foundations and knowledge clusters in TikTok (Douyin) research: evidence from bibliometric and topic modelling analysis, *Multimedia Tools and Applications*, 83 (2024) 32213–32243. DOI: 10.1007/s11042-023-16768-x
- [11] **Yasakov Yu.D.**, Sotsialnaya set TikTok kak mesto ob'yedineniya problem polzovateley [TikTok social network as a place where users' problems are brought together], *Mezhdunarodnaya nauchno-tehnicheskaya konferentsiya molodykh uchenykh BGTU im. V.G. Shukhova* [International scientific and technical conference of young scientists of BSTU named after V.G. Shukhov], *Proc. of the Int. Conf.*, Belgorod, 2021, pp. 6034–6037.
- [12] **Fufayeva M.I., Klishchenko A.I., Okushova G.A.**, Spetsifika korotkikh video tiktok-formata v mediasfere [Particularity short TikTok's format in the sphere of media], *Vizualnyye mediakommunikatsii i reklama: novyye tekhnologii i metodologiya issledovaniy* [Visual media communications and advertising: new technologies and research methodology], *Proc. of the 2nd Int. Sci.-Prac. Conf.*, Chelyabinsk, 2022, pp. 376–381.
- [13] **Otichev Ye.O.**, TikTok platform: tools and methods for promoting brands, products and services, *Vestnik molodykh uchenykh Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta tekhnologii i dizayna* [Bulletin of the Young Scientists of St. Petersburg State University of Technology and Design], 2 (2021) 125–129.
- [14] **Peygina L.V., Teplyakova A.O.**, Ot YouTube k TikTok: demokratizatsiya protsessa proizvodstva fanatskikh video na primere russkoyazychnoy fandomnoy kultury [Democratisation of the process of fan video production in the context of cultural logic of late capitalism], *XIV Kongress antropologov i etnologov Rossii* [The 14th Congress of anthropologists and ethnologists in Russia], *Proc. of the Int. Cong.*, Tomsk, 2021, pp. 600–601.
- [15] **Azhnova A.A.**, Modern tendencies in marketing development in Russia, *Journal of Economy and Business*, 5–1 (75) (2021) 9–13. DOI: 10.24412/2411-0450-2021-5-1-9-13
- [16] **Lebedeva V.S.**, Potentsial of using the social network “TikTok” in the animation activities of a modern museum, *Voprosy pedagogiki*, 8 (2021) 115–118.
- [17] **Ivanova Ye.A., Korol Ye.V.**, Social network “TikTok” in teaching monologue, *Modern Science: actual problems of theory and practice. Humanities*, 5 (2023) 59–62. DOI: 10.37882/2223-2982.2023.5.14
- [18] **Dwipa E., Raden A.N.K., Fajar G., Aghna Th.A., Reza A.M.**, The Implementation of TikTok as Medium for Learning of English Vocabulary: The Perspective of Department English Education Students, *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, 10 (1) (2024) 977–992. DOI: 10.30605/onoma.v10i1.3280
- [19] **Gürer D., Hubbard J., Bohon W.**, Science on social media, *Communication earth & environment*, 4 (2023) 148. DOI: 10.1038/s43247-023-00810-9
- [20] **Kushneruk S.L.**, Telegram discourse as product of digital ecosystem: visualization of format, *Terra Linguistica*, 15 (2) (2024) 85–91. DOI: 10.18721/JHSS.15208
- [21] **Kress G.**, *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*, Routledge, London, New York, 2010.
- [22] **Fleck L.**, *Entstehung und Entwicklung einer wissenschaftlichen Tatsache. Einführung in die Lehre vom Denkstil und Denkkollektiv*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1980.
- [23] **Shramko L.I.**, Strategies and tactics of creating a politician's image in the modern media (on the example of English-speaking quality press), *Terra Linguistica*, 15 (3) (2024) 99–108. DOI: 10.18721/JHSS.15309
- [24] **Spitzmüller J.**, „Sprache“ – „Metasprache“ – „Metapragmatik“: Sprache und sprachliches Handeln als Gegenstand sozialer Reflexion, *Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit (Handbuch Sprachwissen 10)*, hrsg. von G. Antos, Th. Niehr, J. Spitzmüller, De Gruyter, Berlin, Boston, 2019, pp. 11–30. DOI: 10.1515/9783110296150-002
- [25] **Rössler P.**, Gutes Deutsch, schlechtes Deutsch: Sprachrichtigkeit und Normen als metasprachliches Thema, *Handbuch Sprache im Urteil der Öffentlichkeit (Handbuch Sprachwissen 10)*, hrsg. von G. Antos, Th. Niehr, J. Spitzmüller, De Gruyter, Berlin, Boston, 2019, pp. 400–423. DOI: 10.1515/9783110296150-018
- [26] **Voronovskaya I.A.**, System-linguistic and extralinguistic means of expressiveness expression in German-language internet memes, *German Philology at the St Petersburg State University*, 12 (2022) 196–217. DOI: 10.21638/spbu33.2022.110
- [27] **Dijck van J., Poell Th.**, *Understanding Social Media Logic, Media and Communication*, 1 (1) (2013) 2–14. DOI: 10.12924/mac2013.01010002



[28] **Ilin V.V.**, Criteria of scientific knowledge, Vysshaia shkola, Moscow, 1989.

[29] **Bösch M., Köver Ch.**, Schluss mit lustig? TikTok als Plattform für politische Kommunikation, Rosa-Luxemburg-Stiftung, Berlin, 2021.

[30] **Kress G.**, Social semiotic and the challenge of multimodality, Political science (RU), 3 (2016) 77–100.

[32] **Nefedov S.T.**, Dialog between existing and new knowledge: strategies of precedent scientific knowledge operation, German Philology at the St Petersburg State University, 9 (2019) 67–90.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT AUTHOR

Кондратенко Полина Игоревна

Polina I. Kondratenko

E-mail: p.kondratenko@spbu.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6749-3047>

Поступила: 12.06.2024; Одобрена: 02.09.2024; Принята: 28.03.2025.

Submitted: 12.06.2024; Approved: 02.09.2024; Accepted: 28.03.2025.