

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ ПОКОЛЕНИЯ Y И ПОКОЛЕНИЯ Z В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)

А.Ю. Исаева<sup>1</sup>, Я.А. Нестерова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Тульский государственный университет, г. Тула, Россия

<sup>2</sup>Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого, г. Тула, Россия

В статье рассматривается астрономическая метафора, функционирующая в англоязычном медийном дискурсе. В связи с популяризацией астрономии и изучением космоса происходит активное внедрение в языковое сознание человека астрономических понятий, а, следовательно, астрономической терминологической и нетерминологической лексики, которая часто служит базой метафоризации. Метафорический потенциал астрономической лексики активно используется в медийном дискурсе, цель которого не только информировать аудиторию, но и воздействовать на нее, используя обширные языковые средства, в том числе различные типы метафор. В статье предложено определение астрономической метафоры, итогом семантической классификации выступающих в медийном дискурсе астрономических метафор явилось выделение ряда тематических групп. Процедуры количественного анализа позволили выявить наиболее продуктивные в плане метафоризации тематические группы и отдельные лексические единицы. Проведен функциональный анализ астрономической метафоры в медийном дискурсе, в результате чего описаны выполняемые ею функции. Сделан вывод о значении метафорической концептуализации действительности в медиадискурсе посредством астрономической метафоры.

*Ключевые слова:* метафора, астрономическая метафора, дискурс, медийный дискурс.

Активное развитие интернет-пространства и интенсивное внедрение интернет-технологий в повседневную жизнь человека привели к формированию такого направления исследований, как интернет-лингвистика, которая изучает особенности функционирования и развития языка в глобальном интернет-пространстве [1, с. 13]. Следовательно, исследование языка социальной сети – неотъемлемого элемента сети Интернет – позволяет проследить особенности современной культуры виртуального общения.

Интернет-платформой для анализа в данном исследовании является популярная на сегодняшний день социальная сеть Instagram, в которой представлен уникальный контент, создающий особую атмосферу общения в сети Интернет.

Актуальность проведения исследования в социальной сети Instagram подтверждается следующими статистическими данными:

- в Instagram зарегистрировано более 1 миллиарда пользователей по всему миру, из них 52 % – женщины и 48 % – мужчины. При этом число подписчиков растет каждый день;
- 63 % пользователей заходят в Instagram по крайней мере один раз в день; 42 % пользователей

посещают онлайн-платформу несколько раз в день; лишь 16 % – открывают социальную сеть раз в неделю. С точки зрения числа активных пользователей Instagram является второй социальной сетью в мире после Facebook;

- 72 % пользователей социальной сети Instagram составляет поколение Y (поколение Миллениума, миллениалы) – аудитория в возрасте 25–34 лет, и поколение Z (iПоколение, центениалы) – аудитория в возрасте 18–24 лет;
- 500 миллионов пользователей смотрят Instagram Stories ежедневно;
- более 100 миллионов фотографий и видео ежедневно публикуются в Instagram;
- 4,2 миллиарда лайков ставят в Instagram в день [10, 11].

Научная новизна настоящего исследования заключается в анализе англоязычного и немецкоязычного Instagram-общения представителей поколения Y и поколения Z. Выбор данной аудитории обусловлен, во-первых, ее глубокой вовлеченностью в цифровые технологии [6]; и приведенные в статье статистические данные подтверждают, что миллениалы и центениалы являются активными Instagram-пользователями. Во-вторых, изучение

Instagram-сообщений представителей последних двух поколений дает возможность выявить основные тенденции развития современного языка, в нашем случае английского и немецкого.

Кроме того, в работе проводится сравнительный анализ лингвистических особенностей англоязычных и немецкоязычных Instagram-сообщений (постов и комментариев), что до этого момента находилось за пределами внимания ученых.

Объектом исследования являются англоязычные и немецкоязычные Instagram-сообщения представителей поколения Y и поколения Z.

Предметом исследования выступают лингвистические особенности англоязычной и немецкоязычной коммуникации двух последних поколений в социальной сети Instagram.

Цель данного исследования заключается в выявлении актуальных лингвистических особенностей англоязычной и немецкоязычной коммуникации миллениалов и центениалов в социальной сети Instagram с последующим проведением сравнительного анализа.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие задачи: 1) выявить характерные лингвистические особенности англоязычных и немецкоязычных Instagram-сообщений представителей поколения Y и поколения Z; 2) провести сравнительный анализ особенностей виртуального общения на английском и немецком языках, принадлежащих одной языковой группе; 3) обобщить полученные результаты и сделать выводы.

Необходимость решения вышеперечисленных задач обусловила выбор комплексной методики исследования, складывающейся из различных методов, таких как метод случайной выборки, метод систематизации и классификации исследуемого материала, сравнительный метод.

Фактическим материалом исследования послужили 1000 англоязычных и 1000 немецкоязычных Instagram-сообщений за 2019 год из Instagram-аккаунтов представителей поколения Y и поколения Z.

Практическая ценность исследования определяется возможностью использования полученных результатов на занятиях по английскому и немецкому языкам, в курсах интернет-лингвистики, лексикологии, стилистики, теории языка, теории и практики коммуникации, а также при разработке специальных пособий по указанным дисциплинам.

Перейдем к рассмотрению лингвистических особенностей Instagram-общения миллениалов и центениалов, характеризующих современное состояние английского и немецкого языков.

Анализ англоязычных Instagram-сообщений показал, что наиболее популярным способом самовыражения у представителей поколения Y и поколения Z является сленг. С помощью сленга можно быстро и четко выразить свои эмоции и мысли [3, с. 265]. Однако сленг позволяет не толь-

ко сэкономить время при написании Instagram-сообщений, но и идентифицировать пользователя как представителя той или иной возрастной группы – в рамках данного исследования в возрасте 18–34 лет.

Приведем несколько примеров сленга, который часто встречается в общении миллениалов и центениалов:

*Tonight's lewk for @busytonughttv (@emmaroberts) – от лексемы look (something that adds character to someone and makes them unique [12]).*

*Woot woot! Kill it guys (@paulkarmiryan) – используется для выражения радости, восторга, одобрения (used, especially on social media, to show that you are very excited or happy about something or like something very much [7]).*

Самым ярким сленгизмом в Instagram-сообщениях является *dope* – круто, клево, классно (saying something is cool [12]):

*Dope pic! (@yamilbmw)*

*So Dope!! (@woodsfit)*

*Or as you say, DOPE!!! (@natacha.oceane)*

Общение на английском языке в социальной сети Instagram является непринужденным, расслабленным. Данный факт подтверждает широкое использование междометий, которые представляют собой элемент вербализации эмоционально-экспрессивного состояния пользователей [4, 5]. В процессе анализа были обнаружены междометия *Oooo, aaaaa, ауууу, oh, af, woah, wow, aw, whew* (для выражения восхищения, восторга), *woohoo, awww* (для выражения радости, удовлетворения), *aw, awe, oh, ugh, ah* (для выражения нежности, симпатии), *ahahaha, hahaha* (для симуляции смеха):

*Woohoo! It's the best! (@samanthadroke)*

*haha ... jokes aside, thank you all for your recommendations! (@samanthadroke)*

*Ugh now all I want is pizza from Italy ... it's the best! (@samanthadroke)*

*Awwwww. So magical! (@ariellekebbel)*

Другим популярным способом репрезентации своего внутреннего эмоционального состояния у представителей двух поколений является повторение, протягивание звуков:

*So sweeeeeeet (@steffanydawn)*

*Let's goo!!! (@kikinyemchek)*

*Byeee season (@erinquinn\_)*

*Soooo sooo pretty! Love you! (@nataliemanuellee)*

*Best city in the worldddd (@raquellestevens)*

Многочисленные сокращения также являются лингвистической особенностью Instagram-общения миллениалов и центениалов. К наиболее распространенным вариантам сокращений можно отнести *bf – boyfriend, def – definitely, fam – family, fav – favourite, fam – famous, gorg – gorgeous, pic – picture, ppl – people, tho – though, Omg – Oh my God!*

*New fav costume! (@morganimal)*

*Expectation VS Reality ... But really tho.. (@sharnaburgess)*

*People think we're twins all the time, it's kinda awkward but watcha gonna do hey* (@brookeligertwood)  
*Def twins* (@tashacobbseleonard)  
*Cutest fam* (@haylieduff)

Анализ материала исследования показал, что характерными особенностями представителей поколения Y и поколения Z в процессе Instagram-общения являются следующие морфологические и синтаксические отступления от норм английского языка:

1. Отсутствие окончания у глагола:

*Oh just **gettin** ma hair did for my BOOK COWER shoot!* (@caitlincrosby)

2. Отсутствие апострофа:

*So sweet! **Your** rockin mommahood!* (@desireesiegfried)

3. Опущение подлежащего:

*Been a bit under the weather so haven't had time to write this out* (@courtneylopez)

*Had a really good day today and I'm so excited to share with you guys what I've been working on* (@itslydboss)

4. Отсутствие вспомогательного глагола в вопросительном предложении:

*You moved?* (@hungvanngo)

Виртуальное общение миллениалов и центениалов наполнено экспрессией, что отчетливо выражается в оригинальном синтаксическом построении и пунктуационном оформлении.

К синтаксической особенности Instagram-общения следует отнести прием парцелляции:

*Best. Dog. Day. Ever.* (@taylor\_hill)

*Want. Outfit.* (@amyrosoffdavis)

В свою очередь, интересное пунктуационное оформление Instagram-сообщений выражается с помощью многоточий.

*He's a hot.... dog* (@chase\_hill)

*Missin' that belly... sike! Maybe, just a little..* (@enicohart)

*In case you guys didn't know...I'm the mother of a teenager now* (@britneyandbaby)

Рассмотренные экспрессивные приемы выступают в качестве способа смыслового выделения значимой части Instagram-сообщения.

Кроме того, повтор восклицательных и вопросительных знаков делает англоязычную коммуникацию Instagram-пользователей эмоционально насыщенной и динамичной, особенно в сочетании с заглавными буквами:

*WOMAN!!!!!!!!!!!!* (@iamjojo)

*BABY where?!!!!* (@yvonne ogji)

Важно также отметить, что англоязычные пользователи социальной сети Instagram принадлежат к разным этническим группам. В этой связи в процессе виртуального общения на английском языке Instagram-пользователи могут использовать слова из другого языка, однако данную особенность в англоязычном Internet-общении нельзя назвать широко распространенной.

*The perfect family! So cute! Mashallah* (@dilara) – выражение, используемое в арабских и других мусульманских странах как фраза-оберег против сглаза.

*I needed this. Much love to you **mamacita!*** (@jordinsparks) – в переводе с испанского языка мамочка.

Перейдем к рассмотрению особенностей немецкоязычной коммуникации миллениалов и центениалов в социальной сети Instagram.

Виртуальное общение на немецком языке характеризуется в первую очередь употреблением англицизмов несмотря на то, что многие из них имеют в немецком языке лексические соответствия:

*Dein **Support** ist nicht von dieser Welt* (@kikiskitchenyt)

*Unser **Shop** wächst immer mehr ...* (@hamzamitz)

Данный факт обусловлен действием различных языковых факторов. Англицизмы нарушают сложившуюся немецкую языковую норму, служат элементами неожиданности, привлекающими внимание подписчиков Instagram-аккаунтов. Англицизм, в отличие от его эквивалента в немецком языке, может выразить в сжатой форме мысль автора в более точной форме.

Ассимиляция англицизмов в немецкоязычных Instagram-сообщениях может быть нулевой, частичной или полной.

Нулевая ассимиляция наблюдается в устойчивых выражениях и цитатах [2, с. 145]. В частично ассимилированных англицизмах происходит частичная ассимиляция. При полной ассимиляции англицизмы полностью адаптируются в языке, получая все грамматические категории.

В процессе немецкоязычного Instagram-общения часто используется глагол *googeln*. В следующем примере можно увидеть, что данный глагол полностью ассимилировался:

*Hab's mal **gegooglet** richtig cool, das werd ich mir bei mayersche kaufen* (@thermo\_jules)

Рассмотрим пример, где вместо немецкого существительного *die Herausforderung* используется англицизм *die Challenge*, который является полностью ассимилированным:

*Danke für **die Challenge** ...* (@deutschmitmarija)

Значительное количество англицизмов можно встретить в слэнге представителей поколения Y и поколения Z. Однако они употребляются в ином, не свойственном для английского языка значении.

Например, глагол *checken* в немецком слэнге используется в значении *понимать* [9]:

*Kannst mir meins pls erklären, **checke** sowas gar nicht* (@LordSaha)

Очень популярным и широко употребительным является англицизм *safe* в значении *конечно* [9]:

*@s\_xaraaa beim nächsten Treffen wird **SAFE** der San Sebastian Cheesecake gegessen* (@kikiskitchenyt)

Для слэнга в Instagram-сообщениях миллениалов и центениалов характерна упрощенная грамматика, например, *Lassma* заменяет не только высказывание “*Lass uns mal*”, но и одновременно является заменой вопроса “*Hast Du Lust?*”.

*Lassma Sonne in dein Leben!*  
(@michelle\_rittersen)

*Lassma Kino gehn* (@iman\_90)

К особенностям коммуникации на немецком языке в социальной сети Instagram можно отнести эмоциональность, спонтанность, краткость, динамичность и неподготовленный характер. Эмоциональная экспрессивность выражается с помощью:

1) модных слов *cool, mega, supi*:

*Ich bin euch mega dankbar* (@kikiskitchenyt)

*Mega cool* (@loeffelleicht)

*Schneebeesen eignet sich supi* (@kikiskitchenyt)

2) междометий *hahaha, hihhi* (для симуляции смеха), *hmm* (для выражения задумчивости), *wow* (для удивления), *häää* (для выражения непонимания), *yuhuuuu* (для выражения ликования, радости):

*Haha ich wünschte man könnte öfter liken*  
(@kiras\_bakery)

*Hmm lecker* (@moonyskitchen)

*Wow, das mag ich!* (@ninasdinnerclub)

*Das ging voll in die Hose beim einfüllen in die Form dachte ich schon, häää?* (@schengal.hm)

*Du hast mein Traum erfüllt yuhuuuu ein riesen grossen Dankeschön für das Rezept* (@vessy\_world)

3) сокращений *vllt – vielleicht, eig – eigentlich, pls/plz – please (bitte), Omg – Oh mein Gott!*, *zb – zum Beispiel*:

*Finde es toll, dass man das Rezept so gut abwandeln kann zb anderes Gemüse dazu* (@destenie\_94)

*Omg lloovee* (@iman\_90)

4) повторения звуков:

*Ich lieeebe Bowls...* (@vanzas\_kitchen)

*Sieht sooo gut aus* (@annis\_bakery)

*Viiieel zu flüssig* (@schengal.hm)

5) повторения знаков пунктуации:

*Freue mich schon auf die Torten!!!*  
(@reginasessenwelt)

*Es war mit Marmelade...???* (@olzemundar)

6) многоточия:

*Bis heute habe ich das ganze leider noch nicht verarbeitet, aber das wichtigste...es geht ihm gut*  
(@imke\_sab)

*So in Fingerfood geschnitten...* (@darin.nirad)

7) заглавных букв вместо строчных для выражения эмфатического ударения:

*GÖTTLICH* (@mothers\_ad)

Динамичность разговорной речи в Instagram-сообщениях выражается через редукцию языковых единиц:

1. Отсутствие подлежащего:

*Hab's mal gegooglet richtig cool*  
(@kikiskitchenyt)

*Sieht sehr gesund und bunt aus* (@nawal\_85)

2. Отсутствие окончания глагола в первом лице единственного числа:

*das werd ich mir bei mayersche kaufen*  
(@kikiskitchenyt)

*Hab gestern Reis gekocht* (@nazli\_869)

*Wo bekomm ich die Pfanne* (@charchira)

3. Начало повествовательного предложения со сказуемого:

*Wird ich auf jeden Fall morgen machen liebe ja die Spitzkuchen von Kaufland!!!* (@nassi.kdr)

*Werde ich sicher nachmachen* (@elifa.kg)

В социальной сети Instagram зарегистрировано большое количество немецкоязычных пользователей с этническими корнями. Эти представители поколения Y и поколения Z используют в Instagram-сообщениях *Kiezdeutsch* (молодежный слэнг мультиэтнических районов Германии). Для него характерны заимствования из других языков, например, обращение *Lan* пришло из турецкого и обозначает *Kerl* [8]; слияние слов *Ischwör – Ich schwöre*; упрощение грамматики (редукция предлогов).

*Lan, sieht genial aus* (@coolkitchen)

*Ischwör, der schmeckt echt gut* (@mardi.ibn)

*Kommst du Uni?* (@asude.1642)

Таким образом, проведенное исследование позволяет провести сравнительный анализ лингвистических особенностей англоязычных и немецкоязычных Instagram-сообщений для выявления сходств и различий.

На синтаксическом уровне в англоязычной и немецкоязычной коммуникации представители поколения Y и поколения Z в основном общаются с помощью простых предложений. В отличие от англоязычных Instagram-сообщений, в немецкоязычном виртуальном общении используется очень мало сложносочиненных или сложноподчиненных предложений, однако иногда встречаются сложные бессоюзные предложения. Экспрессивность виртуального общения миллениалов и центениалов выражается в отступлениях от норм английского и немецкого языков: опущение субъекта, отсутствие окончания у глагола, начало повествовательного предложения со сказуемого. Для передачи эмоций англоязычные и немецкоязычные представители поколения Y и поколения Z используют заглавные буквы вместо строчных, многократный повтор букв и знаков препинания (восклицательный и вопросительный знаки, многоточие). К лексическим особенностям можно отнести слэнг, сокращения, междометия. В отличие от англоязычной коммуникации в социальной сети Instagram, в немецкоязычном Instagram-общении широко употребляются заимствования, причем преимущественно из английского языка. Ввиду того, что в Германии проживает большое количество немцев восточноевропейского, турецкого и арабского происхождения, в немецкоязычной коммуникации используется особый молодежный слэнг *Kiezdeutsch*.

Проанализировав англоязычные и немецкоязычные Instagram-сообщения, можно сделать вывод, что представители поколения Y и поколения Z используют современный разговорный язык, то есть преимущественно устную форму речи в письменном языке. Употребление всех вышеперечисленных лингвистических средств зависит от происхождения, образования и социального окружения коммуникантов.

Дальнейшее изучение виртуального общения пользователей социальной сети Instagram позволит проследить тенденции развития языка и видоизменения средств межличностного общения в англоязычном и немецкоязычном сегменте сети Интернет в целом и социальной сети Instagram в частности.

### Литература

1. Ахренова, Н.А. Интернет-лингвистика: новая парадигма в описании языка Интернета / Н.А. Ахренова // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2016. – № 3. – С. 8–14.

2. Баницкова, М.А. Особенности интеграции заимствований из англоязычного профессионального жаргона специалистов рекламы (на материале немецкого медиадискурса) / М.А. Баницкова // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2010. – № 126. – С. 143–150.

3. Бурнаева, Е.М. Сленг в социальных сетях как способ самовыражения молодежи / Е.М. Бурнаева, О.П. Ерофеева // Символ науки. – 2015. – № 12. – С. 264–265.

4. Исаева, А.Ю. Коммуникативно-прагмати-

ческие особенности построения и перевода газетных заголовков англоязычных интернет-изданий: моногр. / А.Ю. Исаева. – Тула, 2018. – 196 с.

5. Исаева, А.Ю. Коммуникативно-прагматические особенности газетного заголовка (на материале англоязычных интернет-изданий): дис. ... канд. филол. наук / А.Ю. Исаева. – М., 2017. – 200 с.

6. Тимошенко, Н.В. Современная молодёжь и её коммуникация в сети Интернет: поколения Y и Z / Н.В. Тимошенко // Скиф. – 2017. – № 11. – <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-molodyozh-i-eyo-kommunikatsiya-v-seti-internet-pokoleniya-y-i-z> (дата обращения: 14.01.2020).

7. Cambridge Dictionary Online [Электронный ресурс]. – <http://dictionary.cambridge.org/ru/> (15.01.2020).

8. Ein Infoportal zu Jugendsprache in urbanen Wohngebieten mit hohem Migrantenanteil [Электронный ресурс]. – <http://kiezdeutsch.de> (15.01.2020).

9. Mundmische. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache und Spaß an Sprichwörtern [Электронный ресурс]. – <http://www.mundmische.de> (15.01.2020).

10. Newberry, C. 37 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2020 [Электронный ресурс]. – <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/> (14.01.2020).

11. Taher, A. Instagram: Key Global Statistics 2019 [Электронный ресурс]. – <https://blog.digitmind.com/en/trends/instagram-key-global-figures-2019> (14.01.2020).

12. Urban Dictionary [Электронный ресурс]. – <http://www.urbandictionary.com> (15.01.2020).

**Исаева Анастасия Юрьевна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Тульский государственный университет (Тула), isaeva\_anastasia\_91@mail.ru

**Нестерова Яна Анатольевна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры переводоведения и межкультурной коммуникации, Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого (Тула), jananest@yandex.ru

Поступила в редакцию 21 января 2020 г.

DOI: 10.14529/ling200201

## LINGUISTIC FEATURES OF COMMUNICATION OF GENERATION Y AND GENERATION Z ON INSTAGRAM (BASED ON THE ENGLISH AND GERMAN LANGUAGES)

A. Yu. Isaeva<sup>1</sup>, isaeva\_anastasia91@mail.ru

Ya. A. Nesterova<sup>2</sup>, jananest@yandex.ru

<sup>1</sup> Tula State University, Tula, Russian Federation

<sup>2</sup> Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, Tula, Russian Federation

This study is devoted to the analysis of linguistic features of English and German communication of representatives of generation Y (millennials) and generation Z (centennials) on Instagram. The study of Instagram posts of the representatives of two latest generations makes it possible to identify the main

language development trends of modern English and German, which belong to the same language group. As part of the work, a comparative analysis is also carried out, during which the similarities and differences in virtual communication in two languages are identified. In general, the authors come to the conclusion that representatives of generation Y and generation Z use a modern spoken language, that is, mainly an oral form of speech in a written form, that makes the language emotionally expressive and dynamic. The results presented in the article can be reflected in the courses of Internet linguistics, lexicology, stylistics, theory and practice of communication.

*Keywords:* Internet linguistics, social network, Instagram, Instagram post, linguistic features, generation Y, generation Z, millennials, centenials.

### References

1. Ahrenova N.A. Internet-lingvistika: novaya paradigma v opisaniy yazika Interneta [Internet-linguistics: a New Paradigm of the Description of a Language]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: lingvistika* [Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Linguistics]. 2016, no. 3, pp. 8–14.
2. Banschchikova M.A. Osobennosti integratsii zaïmstvovaniy iz angloyazichnogo professional'nogo zhargona spetsialistov reklami (na material nemetskogo mediadiskursa) [Features of the Integration of Borrowings from English Advertising Jargon (Based on the German Media Discourse)]. *Izvestiya RGPU im. A.I. Gertsena* [Proceedings of the Russian State Pedagogical University named after A.I. Herzen]. 2010, no. 126, pp. 143–150.
3. Burnaeva E.M., Erofeeva O.P. Sleng v sotsial'nikh setyakh kak sposob samovirazheniya molodezhi [Slang in Social Networks as a Way of Self-expression of Young People]. *Simvol nauki* [Symbol of science]. 2015, no. 12, pp. 143–150.
4. Isaeva A.Yu. *Kommunikativno-pragmaticheskie osobennosti postroeniya i perevoda gazetnikh zagolovkov angloyazichnikh internet-izdaniy* [Communicative and Pragmatic Features of Making and Translating Newspaper Headlines in English-language Internet Editions]: monografiya. Tula, 2017. 196 p.
5. Isaeva A.Yu. *Kommunikativno-pragmaticheskie osobennosti gazetnogo zagolovka (na material angloyazichnikh internet-izdaniy)* [Communicative and Pragmatic Features of a Newspaper Headline (Based on the Material from English-language Internet Editions)]: dis. ... kand. filol. nauk. Moscow, 2017. 200 p.
6. Timoshenko N.V. *Sovremennaya molodyozh i ee kommunikatsiya v seti Internet: pokoleniya Y i Z* [Modern Youth and Its Communication in the Internet: Generations Y and Z]. *Skif* [Skif]. 2017. No 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-molodyozh-i-eyo-kommunikatsiya-v-seti-internet-pokoleniya-y-i-z> (accessed: 14.01.2020).
7. *Cambridge Dictionary Online*. URL: <http://dictionary.cambridge.org/ru/> (accessed: 15.01.2020).
8. *Ein Infoportal zu Jugendsprache in urbanen Wohngebieten mit hohem Migrantenanteil* [An information Portal on Youth Language in Urban Residential Areas with a High Share of Migrants]. URL: <http://kiezdeutsch.de> (accessed: 15.01.2020).
9. *Mundmische. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache und Spaß an Sprichwörtern* [Mouth Mix. Dictionary of German Colloquial Language and Fun with Proverbs]. URL: <http://www.mundmische.de> (accessed: 15.01.2020).
10. Newberry, C. *37 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2020*. URL: <https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/> (accessed: 14.01.2020).
11. Taher A. *Instagram: Key Global Statistics 2019*. URL: <https://blog.digimind.com/en/trends/instagram-key-global-figures-2019> (accessed: 14.01.2020).
12. *Urban Dictionary*. URL: <http://www.urbandictionary.com> (accessed: 15.01.2020).

**Anastasia Yu. Isaeva**, PhD in Philological Sciences, Associate Professor of Foreign Languages Department, Tula State University (Tula), [isaeva\\_anastasia91@mail.ru](mailto:isaeva_anastasia91@mail.ru)

**Yana A. Nesterova**, Associate Professor, PhD in Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Translation Studies and Intercultural Communication, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University (Tula), [jananest@yandex.ru](mailto:jananest@yandex.ru)

*Received 21 January 2020*

---

### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Исаева, А.Ю. Лингвистические особенности коммуникации поколения Y и поколения Z в социальной сети Instagram (на материале английского и немецкого языков) / А.Ю. Исаева, Я.А. Нестерова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2020. – Т. 17, № 2. – С. 5–10. DOI: 10.14529/ling200201

### FOR CITATION

Isaeva A.Yu., Nesterova Ya.A. Linguistic Features of Communication of Generation Y and Generation Z on Instagram (Based on the English and German Languages). *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Linguistics*. 2020, vol. 17, no. 2, pp. 5–10. (in Russ.). DOI: 10.14529/ling200201