

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра романских языков и прикладной лингвистики
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой РЯиПЛ
А.В. Колмогорова
«___» _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**СПЕЦИФИКА СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ РАДОСТИ В ДИСКУРСЕ
БОЛЕЛЬЩИКОВ ФЕМИННЫХ И МАСКУЛИННЫХ ВИДОВ СПОРТА
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО, ИСПАНСКОГО И РУССКОГО
ЯЗЫКОВ)**

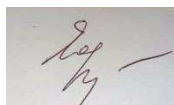
Выпускник

С.Р. Ахмадеева

Научный руководитель

д-р филол. наук,
проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер



В.В. Ефимова

Красноярск 2020

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Специфика средств выражения радости в дискурсе болельщиков маскулинных и феминных видов спорта (на материале английского, испанского и русского языков)». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 110 страниц, включает в себя 13 приложений, а также список использованной литературы, состоящий из 66 источников, 9 из которых на иностранных языках.

Ключевые слова: СПОРТИВНЫЙ ДИСКУРС, ЭМОТИВНОСТЬ, ЭКСПРЕССИВНОСТЬ, СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ, МАСКУЛИННОСТЬ, ФЕМИННОСТЬ, АНДРОГИННОСТЬ.

Цель: выявление и сравнительно-сопоставительный анализ вербальных, паравербальных и невербальных средств выражения эмоций радости у болельщиков феминных и маскулинных видов спорта на материале комментариев в англоязычных, испаноязычных и русскоязычных социальных сетях.

Задачи: 1) изучить понятие спортивного дискурса, его особенности и основные характеристики, 2) раскрыть содержание понятий «эмоция», «эмотивность» и «экспрессивность», «маскулинность», «феминность», «андрогинность» и «социальная сеть», 3) выявить взаимосвязь интернет-дискурса со спортом и эмоцией, 4) выявить, описать и сравнить основные средства выражения эмоции радости, принятые среди болельщиков типично маскулинных и типично феминных видов спорта в разных лингвокультурах.

Актуальность работы обусловлена тем, что спортивный дискурс в целом изучен в лингвистике и теории коммуникации лишь фрагментарно. Помимо этого, эмотиология является достаточно молодым направлением современной лингвистики и такой сложный феномен, как эмоция недостаточно изучен, в том числе с точки зрения гендерного и межкультурного подходов.

Основные выводы и результаты исследования:

Выявлен репертуар средств выражения радости, используемых болельщиками в дискурсе социальных сетей: речевые жанры поздравления, благодарности, призыва, признания в любви, свидетельства и пожелания; лодативы; сленговые выражения, дополнительные графические приемы (заглавные буквы и графический иконизм), эмоджи. Определена специфика выбора средств проявления радости болельщиками феминных и маскулинных видов спорта в дискурсе социальных сетей. Так, специфическими чертами выражения радости у болельщиков маскулинных видов спорта является использование псевдоинвективной лексики, общепринятых прозвищ членов команд, кричалок, лозунгов, а также большая, по сравнению с феминными видами спорта частотность использования паравербальных средств. Специфику дискурса болельщиков феминных видов спорта составили: диминутивы, увеличительные аффиксы, слова с маскулинными чертами, отсутствие псевдоинвектив, меньшее количество орфографических и пунктуационных ошибок, чем в комментариях болельщиков маскулинных видов спорта.

Кроме того, отмечена лингвокультурная специфика объективации эмоции радости у русско-, англо- и испаноговорящих болельщиков.

Перспективы дальнейшего исследования: изучение особенностей объективации другой базовой эмоции человека в дискурсе болельщиков маскулинных и феминных видов спорта.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ В ДИСКУРСЕ БОЛЕЛЬЩИКОВ..	8
1.1. Понятие «спортивный дискурс».....	8
1.2. Понятие «эмотивная лингвистика».....	13
1.2.1. Эмотивность и экспрессивность: к соотношению понятий.....	22
1.2.2. Эмотивность и гендер: маскулинность, феминность и андрогинность.....	25
1.3. Социальные сети как особый вид общения.....	32
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	40
ГЛАВА 2. ВЕРБАЛЬНЫЕ, ПАРАВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ОБЪЕКТИВАЦИИ ЭМОЦИИ РАДОСТИ В ДИСКУРСЕ АНГЛОГОВОРЯЩИХ, ИСПАНОГОВОРЯЩИХ И РУССКОГОВОРЯЩИХ БОЛЕЛЬЩИКОВ.....	41
2.1. Маскулинные виды спорта: специфика вербальных, паравербальных и невербальных средств объективации радости в дискурсе болельщиков.....	41
2.1.1. Вербальные средства объективации эмоции радости.....	43
2.1.2. Паравербальные средства.....	54
2.1.3. Невербальные средства.....	55
2.1.4. Орфографические и пунктуационные ошибки.....	58
2.2. Феминные виды спорта: специфика вербальных, паравербальных и невербальных средств объективации радости в дискурсе болельщиков.....	61
2.2.1. Вербальные средства объективации эмоции радости.....	62
2.2.2. Паравербальные средства.....	72
2.2.3 Невербальные средства.....	73
2.2.4 Пунктуационные и орфографические ошибки.....	75
2.3 Сравнительный анализ средств выражения эмоции радости у болельщиков маскулинных и феминных видов спорта.....	77
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	88
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	90

ПРИЛОЖЕНИЕ А	97
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	98
ПРИЛОЖЕНИЕ В	99
ПРИЛОЖЕНИЕ Г	100
ПРИЛОЖЕНИЕ Д	101
ПРИЛОЖЕНИЕ Е	102
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж	103
ПРИЛОЖЕНИЕ И	104
ПРИЛОЖЕНИЕ К	105
ПРИЛОЖЕНИЕ Л	106
ПРИЛОЖЕНИЕ М	107
ПРИЛОЖЕНИЕ Н	108
ПРИЛОЖЕНИЕ Р	110

ВВЕДЕНИЕ

Данная выпускная квалификационная работа посвящена рассмотрению лингвокультурных особенностей использования вербальных, паравербальных и невербальных средств объективации эмоции радости англоговорящими, испаноговорящими и русскоговорящими болельщиками маскулинных и феминных видов спорта в социальных сетях.

Актуальность данной темы заключается в том, что спортивный дискурс в целом изучен в лингвистике и теории коммуникации лишь фрагментарно, в большей степени – в рамках работ по политическому и медиа дискурсу, поскольку дух соревновательности присущ не только спорту, но и политике, а главным каналом трансляции и обсуждения спортивных событий являются средства радио- и телевидения. Помимо этого, лингвистика эмоций является достаточно молодым направлением современной лингвистики и такой сложный феномен, как эмоция недостаточно изучен, в том числе с точки зрения гендерного и межкультурного подходов.

Основной **теоретико-методологической базой** данного исследования послужили работы отечественных и зарубежных ученых: в области изучения теории дискурса (Z. Harris, Teun A. van Dijk, Н.Д. Арутюнова), институционального дискурса (В.И. Карасик, М.Г. Цуцьева), спорта (Н. Блейн, Р. Бойл), спортивного дискурса (А.Б. Зильберт, И.В. Зубчинский, Н.Б. Казарина, Д.Г. Качанов, А.М. Шестерина, Н.Н. Кислицина, Е.А. Новикова, Е.Г. Малышева), жанров спортивного дискурса (О.А. Панкратова, К.В. Снятков), эмоции (К.Э. Изард, Е.А. Ильин), эмотивной лингвистики (A. Wierzbicka, Н.Д. Арутюнова, А.С. Буянова, Ю.П. Нечай, Л.Г. Бабенко, Е.М. Галкина-Федорук и др.), лингвогендеристики (А.Г. Фомин, К.А. Кулакова и др.), социальных сетей (Е.Г. Ефимов, И.Г. Овчинникова), интернет-дискурса (А.О. Мозговая, Л.Ю. Щипицина, Е.И. Горошко, Е.А. Жигалина, И.Г. Сидорова и др.).

Целью нашего исследования является выявление и сравнительно-сопоставительный анализ вербальных, паравербальных и невербальных средств выражения эмоций радости у болельщиков феминных и маскулинных видов спорта на материале комментариев в англоязычных, испаноязычных и русскоязычных социальных сетях.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

1. Изучить понятие спортивного дискурса, его особенности и основные характеристики.
2. Раскрыть содержание понятий «эмоция», «эмотивность» и «экспрессивность», «маскулинность», «феминность», «андрогинность» и «социальная сеть».
3. Выявить взаимосвязь интернет-дискурса со спортом и эмоцией.
4. Выявить, описать и сравнить основные средства выражения эмоции радости, принятые среди болельщиков типично маскулинных и типично феминных видов спорта в разных лингвокультурах.

Объект исследования – объективация эмоций болельщиками в рамках спортивного дискурса.

В качестве **предмета** изучения выступают вербальные, паравербальные и невербальные средства объективации эмоции радости англоговорящими, испаноговорящими и русскоговорящими болельщиками маскулинных и феминных видов спорта в социальных сетях.

Основными **методами** изучения послужили сравнительный и качественно-количественный анализ. Сравнительный анализ предполагает соотнесение языковых средств выражения эмоции радости у англоговорящих, испаноговорящих и русскоговорящих болельщиков. Качественно-количественный анализ подразумевает подсчет количества вербальных, невербальных и паравербальных единиц для объективации эмоции радости.

Кроме того, были использованы элементы мультимодального анализа текстового материала, приемы метафорического моделирования и элементы семиотического анализа.

Корпус языкового **материала** был сформирован из комментариев, размещенных под тематическими хештегами или в публичных группах болельщиков в социальных сетях Вконтакте, Facebook, Twitter, Instagram и Taringa. Общий объем проанализированных комментариев составил 500 единиц на русском, 500 английском и 500 испанском языках.

Практическая значимость состоит в том, что результаты нашего исследования помогут развитию прикладной лингвистики: психоэмоциональные состояния, изучаемые в дискурсе болельщиков, послужат богатым источником для наблюдений в области эмотиологии, например, для разработки технологий сентимент-анализа.

Структура работы определяется поставленными целями и задачами, также спецификой материала дипломной работы общим объемом 110 страниц. Данная работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка использованной литературы, включающего 66 наименований, в том числе 9 на иностранном языке, а также 13 приложений.

Во **Введении** обосновывается выбор темы исследования, ее актуальность, определяется степень изученности вопроса, указываются объект и предмет исследования, определяются цели и задачи, необходимые для ее достижения, ее общая методика, практическая значимость, указываются источники фактического материала.

В Первой главе «Теоретические предпосылки исследования средств выражения эмоций в дискурсе болельщиков» раскрываются такие основные понятия, как дискурс, спортивный дискурс, эмоция, эмотивная лингвистика, эмотивность, экспрессивность, маскулинность, феминность, андрогинность, социальная сеть, описываются основные характеристики спортивного дискурса, его участники, хронотоп, жанры и разновидности, а также подходы

к изучению эмоций, их функции, классификация, и, наконец, жанры социальных сетей в интернет-дискурсе.

Во второй главе «Специфика вербальных, паравербальных и невербальных средств объективации эмоции радости в дискурсе англоговорящих, испаноговорящих и русскоговорящих болельщиков» описываются основные средства выражения эмоции радости у болельщиков типично маскулинных и типично феминных видов спорта в социальных сетях.

В Заключении обобщаются результаты проведенного исследования, их соотнесенность с поставленной целью и конкретными задачами, и намечаются перспективные направления в изучении проблемы, которой посвящена данная работа.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ В ДИСКУРСЕ БОЛЕЛЬЩИКОВ

1.1. Понятие «спортивный дискурс»

В наши дни спортивная сфера – это неотъемлемая часть жизни человека и социума в целом. Она является комплексным элементом, формирующим личность и общество целиком. Важно отметить, что, когда мы говорим о значимости спорта для общества, речь идет не только о самой идее соревновательности – здесь проявляются и различные аспекты экономики, политики и другие. По мнению Н. Блейна и Б. Бойла, «спорт занимает все более важное место в культуре современных обществ, соответственно возрастает и значение научных исследований в этой области» [Блейн, Бойл, 2005: 464].

Прежде чем говорить непосредственно о самом спортивном дискурсе необходимо пояснить, что представляет собой дискурс. Понятие дискурса определяется по-разному, и в лингвистике оно не имеет однозначного определения. Рассмотрим лишь некоторые из них.

Термин «дискурс» (фр. discours, англ. discourse, от лат. discursus – «бегание вперед-назад; движение, круговорот, беседа, разговор») ввел американский лингвист Зеллинг Харрис [Harris, 1952]. По мнению Н.Д. Арутюновой, «дискурс – это некий последовательно изложенный, логически стройный текст в комплексе с различными факторами, как языковыми, так и внеязыковыми, а именно прагматическими, экстралингвистическими, социокультурными, психологическими и другими факторами...» [Арутюнова, 2002: 136–137]. Т.А. ван Дейк выделяет широкое и узкое понятие для данного явления. «Дискурс в широком смысле есть коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в

определенном временном, пространственном и проч. контексте» [van Dijk, 1998: 193–194]. Более того он может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие. Примером может послужить разговор учителя и ученика, чтение журнала. Дискурс в узком смысле – это письменный или речевой вербальный продукт коммуникативного действия [Там же]. Таким образом, дискурс динамичен и текст в нем актуален, что отличает его от просто произнесенного текста, являющегося частью грамматической структуры языка.

Также выделяются типы дискурсов. С точки зрения социолингвистики выделяются два основных: персональный (лично-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный) [Карасик, 2000]. Наибольший интерес для нас представляет второй тип, так как из него вытекает понятие «спортивный дискурс» (далее – СД).

М.Г. Цуциева вслед за В.В. Красных считает, что институциональный дискурс (далее – ИД) – это коммуникация в детерминированных рамках статусно-ролевых отношений, то есть общение представителей общественных групп и институтов друг с другом [Цуциева, 2014: 137]. Существуют разные виды ИД, и спортивный дискурс является одним из них.

Спортивный дискурс (далее – СД) определяется как вербализованная речемыслительная деятельность в рамках сферы спорта [Зубчинский, 2015: 44]. Более того, под СД понимается последовательность речевых актов, образующих связный текст в экстралингвистическом контексте, цель которого отразить процесс максимально возможного развития физических, психических и функциональных возможностей индивида для реализации их в тренировочном и соревновательном процессах, чтобы получить максимально высокие результаты [Казарина, 2015: 50].

В исследуемой проблематике спортивного дискурса центральными становятся вопросы методологии исследования СД (Е.Г. Малышева, К.В. Снятков, В.Р. Магутова, О.А. Панкратова, М.Ю. Олешков); теоретического моделирования (А.Б. Зильберт, Б.А. Зильберт, И.Е. Дубчак,

И.Г. Кожевникова, Ю.Б. Пикулева); гендерных особенностей (Н. Ажгихина, М.С. Каребина); лексического и терминологического своеобразия (Л. Авакова, Е. Гуреева, А. Елистратов, В. Киселева, И. Кожевникова, С. Кудрин и др.); описывается специфика жанровой системы спортивного дискурса (Е. Александрова, Ф. Бацевич, Л. Краевски, Т. Никитина) [Кислицына, Новикова, 2017: 29]. Примером может послужить работа Б.А. Зильберт и А.Б. Зильберт «Спортивный дискурс: базовые понятия и категории, исследовательские задачи» и кандидатская диссертация О.А. Панкратовой «Лингвосемиотические характеристики спортивного дискурса».

Что касается зарубежных исследований, то в них спортивный дискурс изучается в основном узконаправленно. Например, в статье «Marginalised, patronised and instrumentalised: Polish female fans in the ultras' narratives» в центре внимания оказывается гендерный аспект [Antonowicz, Jakubowska, Koszakowski, 2014: 2]. Изучаются нарративы польских болельщиц, их роль в культуре болельщиков, а также исследуются причины, почему женщины стали поддерживать футбольные команды, например, под влиянием мужчин - болельщиков. Другая работа «Examining the experiences of the first openly gay male team sport athlete in Spain» посвящена дискурсу геев в спорте, где изучалась проблема отношения тренеров, товарищей по команде, болельщиков и других лиц к спортсменам после признания в нетрадиционной ориентации [Vilanova, Soler, Anderson, 2018: 1–2]. Таким образом, проблематику спортивного дискурса изучали не только российские ученые, но и зарубежные.

Чтобы описать конкретный тип институционального дискурса необходимо рассмотреть его следующие компоненты: 1) участники; 2) хронотоп; 3) разновидности и жанры [Лукиянова, 2016: 151].

Основными участниками являются представители института (агенты) и люди, обращающиеся непосредственно к ним (клиенты) [Никитина, 2010: 75–76]. В спортивном дискурсе клиентами будут

рекламодатели, политики, педагоги, родители молодых спортсменов и т. д. Агенты же представлены тремя группами языковых личностей: в первую входят так называемые облигаторные участники, владеющие полным объемом профессиональных знаний – спортсмены и их окружение (тренера, судьи, представители администрации); во второй группе находятся необлигаторные участники, знания которых лишь частично относятся к сфере спорта, например, массажист, спортивный врач; члены третьей группы могут быть как базовыми (облигаторными,) так и внешними (необлигаторными) участниками – спортивные комментаторы, спортивные журналисты и болельщики со зрителями [Казарина, 2015: 51]. Таким образом, в отличие от других дискурсов, здесь нет четко детерминированной пары участников, как, например, в политическом «политик – избиратель» или в медицинском «врач – пациент».

Хронотоп СД составляют: 1) спортивное событие, ограниченное по времени; 2) время подготовки спортсмена к соревнованиям; 3) время трансляции соревнования; 4) повторы спортивных событий; 5) локус спортивного события (спортивный стадион, корт, трасса и т. д.); 6) географическое место проведения соревнований (страна, город); 7) локус проведения подготовительных мероприятий спортивного соревнования (душевые, тренировочные базы и пр.).

Определение жанров спортивного дискурса было предпринято в работе О.А. Панкратовой, выделяющей жанры научной спортивной статьи, медико-терапевтической беседы, урока физической культуры в школе, анализа тренировки или матча, инструктирования спортсмена тренером, спортивного суда, спортивного интервью, спортивной пресс-конференции и спортивных мемуаров [Панкратова, 2005].

Что касается разновидностей СД, то К.В. Снятков подразделяет его на телевизионный, газетно-журнальный, радио- и интернет-виды [Снятков, 2007: 191]. Данная классификация основана на том факте, что спортивный дискурс смыкается с масс-медиа дискурсом, так как именно он является

главным каналом осуществления СД. Следовательно, можно выделить еще несколько жанров: спортивное интервью или репортаж, спортивные теле- и радионовости, спортивная интернет-коммуникация, спортивный телевизионный комментарий, различные лекции, конференции, спортивные шоу и т. д.

Каждый дискурс обладает рядом особенностей, и СД не исключение. Во-первых, понимание термина «спортивный дискурс» во многом зависит от того, кто предстанет в качестве субъекта этого типа дискурса и тексты какого типа и какой тематики являются ведущими. Если СД – это главным образом процесс, при котором профессиональные спортсмены общаются с тренерами и тексты, порожденные ими во время спортивных занятий, можем ли мы утверждать, что перед нами дискурс спортсменов?

По-видимому, «чистой» разновидности спортивного дискурса не существует в принципе, и ее выделение будет не более чем исследовательским конструктом. То же самое можно сказать и о дискурсе болельщиков, политиков и т. д. Следовательно, «чистой» разновидности спортивного дискурса, по-видимому, нет.

Тем не менее, у СД возможно выделить ядро, которым будет спортивный журналистский дискурс, где журналист (представитель) выступает связующим звеном между институтом спорта и массовой анонимной аудитории клиентов. В данном «ядерном» СД отражается как концептуальная, тематическая и жанрово-стилевая специфика спортивного дискурса, так и его институциональный характер [Малышева, 2011: 8].

Помимо этого, существуют общие характеристики СД:

1. Ментальная» (идеологическая) основа, куда входят концептуальные доминанты – это базовые, системообразующие концептуальные универсалии, задающие специфику и семантическое и коммуникативно-прагматическое своеобразие текстов данного типа дискурса. Основные концепты: субъекты спортивной деятельности, объекты,

атрибуты (правила и т. д.), действия, характерные для спорта, спортивные события [Качанов, Шестерина, 2015: 98];

2. Пресуппозиция – ожидание того, что поступающая клиенту информация хорошо известна, либо это общие знания, либо частные, приобретенные с особыми когнитивными усилиями [Там же: 98];

3. Неизолированность, проявляющаяся в пересечении СД с другими дискурсами: с научным – научная литература по проблемам спорта и физической культуры, с педагогическим – учебные и учебно-методические тексты для студентов учебных заведений спортивного профиля, спортивных педагогов и т. д., с юридическим и официально-деловым – правила игры, регламенты соревнований, положения и т. д., с политическим и военным – в области агональности (сопоставительности), с бытовым – заметно при общении, когда тема спорта поддерживает контакт, как было указано ранее, с масс-медийным, и, наконец, с театрально-сценическим, когда массовая аудитория и клиент берут на себя роль наблюдателя, где спортивные события некий спектакль, с непредсказуемым финалом [Зильберт, 2001: 103–110].

Исходя из вышесказанного, спортивный дискурс, определяемый как вербализованная речемыслительная деятельность в рамках сферы спорта, представляет собой институциональный тип дискурса, имеющий определенных участников, хронотоп, жанры и разновидности, общие характеристики. Также СД пересекается с другими институциональными типами, например, политическим, медицинским, массово-информационным и т. д., что вызывает некоторые трудности определения субъекта данного дискурса.

1.2. Понятие «эмотивная лингвистика»

Эмотивная лингвистика, по-другому эмотиология, – это наука о вербализации, выражении и коммуникации эмоции [Шаховский, 2008: 21–22].

Основными категориями, которыми оперирует эмотиология, являются эмотивность (лингвистическое выражение эмоций) и эмоциогенность (способность вызвать эмоциональную реакцию у адресата) [Фаткулина, 2017: 48].

Также необходимо дать определение главному объекту данного направления лингвистики, а именно – эмоции. Существует множество подходов к ее определению. В психологии эмоция (от лат. *emoveo* – ‘потрясаю, волную’) – это психический процесс, отражающий отношение человека к самому себе и окружающему миру, с мимическими, психосоматическими, поведенческими изменениями и находящий отражение в языке [Мозговая, 2017: 126]. Американский психолог Кэрролл Изард, изучающий психологию чувств и эмоций, определил эмоцию как форму активного отношения человека к окружающему миру [Изард, 2007: 27].

Эмотиология сложилась на стыке языкознания и психологии. Однако лингвистика долго отрицала эмоции в качестве предмета своего исследования, тогда как психология, физиология и философия уже их изучали. Среди лингвистов велись споры о том, должна ли лингвистика заниматься эмоциональными составляющими. Мнения расходились, одни считали, что в языке преобладает когнитивная функция, поэтому эмоции исключались из исследований о языке (К. Бюлер, Г. Гийом, Э. Сепир) [Шаховский, 2008: 22]. Так, например К. Кербрат-Орекионе считала, что место эмоциональных компонентов в лингвистике сводится к минимуму, ведь язык служит главным образом для передачи и обработки информации [Цит.по: Шаховский, 2008: 22].

Тем не менее, другие ученые, в частности, Ш. Балли, ван Гиннекен и М. Бреаль, считали эмоции центральной функцией языка, ведь данные процессы не могут осуществляться без чувств, желаний и переживаний. Исходя из этого, эмоции также должны учитываться лингвистикой [Там же: 22].

Впервые на пленарном заседании XIV Международного конгресса лингвистов в Берлине в 1987 г. Ф. Данеш выступил с докладом об эмоциональном аспекте языка, в котором открыто говорилось о тесной взаимосвязи когниции и эмоции, и подчеркивалась важность изучения этой области языка [Шаховский, 2008: 24].

В.И. Шаховский и его ученики начали исследовать эмотивную семантику слова, так как это основная и наиболее подвижная единица, представляющая [Шаховский, 2008: 9]. По мнению ученого, существуют минимум две семиотические системы эмоций – Body language и Verbal language. В основном было установлено, что первичная семиотическая система превосходит вторичную (вербальную) по надежности, скорости, прямоте, степени искренности и качества выражения и коммуникации эмоций. Это объясняется тем, что человек не всегда может выразить мысли вербально, многое за него говорят жесты, мимика и т. д. И язык тела контролировать намного труднее, ведь зачастую мы не задумываемся о том или ином телодвижении, которое может многое рассказать о нас [Шаховский, 2008: 26].

Эмоции напрямую связаны со знаниями: меняются они, меняются и эмоции человека. Более того, они меняются во времени. У людей разного возраста, у тех, кто принадлежит к разным поколениям, есть свои доминантные эмоции. Примером может послужить XVIII век, который принято называть «веком сентиментальности» и XX век – эпоха прагматизма и жестокости. Также был решен спор о том, есть ли у эмоций свой эмотивный код языка – есть, так как не было сомнений в том, что в национальном языковом коде присутствуют эмотивные средства разных языковых уровней [Шаховский, 2008: 25].

Эмотиология привлекала многих ученых, как отечественных, так и зарубежных. Отечественные лингвисты Э.С. Азнаурова, И.В. Арнольд, С.Б. Берлизон, О.И. Быкова, Е.М. Галкина-Федорук, М.Д. Городникова, В.А. Мальцев, Н.М. Михайловская, Н.М. Павлова и другие заметно

опережали западноевропейских и американских лингвистов в изучении эмотиологического направления в лингвистике [Шаховский, 2008: 8]. Следовательно, в отечественной традиции уже сложились подходы к разработке проблемы эмоциональной концептосферы, культуры, толерантности, эмоционального поведения, эмоциональной / эмотивной лакунарности во внутри- и межкультурной коммуникации [Шаховский, 2008: 23]. Помимо этого, проблематика эмотиологии изучалась во многих трудах: в докторских диссертациях (Л.Г. Бабенко, З.Е. Фомина, В.И. Шаховский, и др.), многочисленных кандидатских диссертациях (И.В. Быдина, Э.А. Трофимова, И.И. Чесноков, и мн. др.), в лексикографической теории и практике (В.Ю. Апресян, Ю.Д. Апресян), в сборниках научных трудов и монографиях. За рубежом внимание эмоциональному аспекту языка уделяют А. Вежбицкая, Б. Волек, Дж. Эйчисон и другие [Шаховский, 2008: 19].

Уже предпринимаются попытки сопоставить эмотивность дискурса в разноструктурных языках (Л.А. Пиотровская, О.Д. Тарасова, А.Н. Филиппова, и др.), в синхроническом и диахроническом аспекте (Л.А. Калимуллина). Исследования на материале художественных текстов (С.В. Марченко, С.В. Коростова, Ю.А. Разоренова, Е.В. Стрельницкая и мн. др.) открыли путь к изучению эмотивности и эмоциогенности других видов и жанров дискурса. Эмотивность и эмоциогенность исследовались в таких областях, как медицина (В.В. Жура, С.И. Маджаева), юриспруденция, (А.И. Дзюбенко, И.А. Зюбина, В.И. Карасик, И.В. Палашевская), дипломатия (М.В. Беляков), политика (Н.Л. Грейдина, А.И. Зверев, Н.Г. Солодовникова, Н.Н. Кошкарова), средства массовой коммуникации (В.А. Буряковская, О.Ю. Ромашина), менеджмент (Е.О. Клименко), туризм (Н.В. Филатова), биология (Э. Гельгорн, Дж. Луфборроу); физиология (Г. Уолтер, П. Экман); психология (К.Е. Изард, Д. Линдслей, Р. Плутчик, Ю.В. Щербатых); философия (А. Камю, Е.Н. Романова, Ж.-П. Сартр, М. Хайдеггер);

кибернетика (Д. Вулдридж, Ф. Джордж, Г. Мэгун)
[Фаткуллина, Казанцева, 2017: 48; Сидоренко, 2013: 91].

Также можно отметить публикации лаборатории прикладной лингвистики и когнитивных исследований Сибирского федерального университета: А.В. Колмогорова, А.А. Калинин «Частотность и сочетаемость соматизмов в текстах различной эмоциональной тональности» и А.В. Колмогорова «Вербальные маркеры эмоций в контексте решения задач сентимент-анализа», главная цель которых – разработать такую компьютерную программу, которая смогла бы автоматически классифицировать русскоязычные тексты по критерию доминирующей в них эмоции, согласно классификации эмоций Г. Левхейма [Колмогорова, Калинин, 2018; Колмогорова, 2018; Kalinin, Kolmogorova, Nikolaeva, Malikova, 2018].

Таким образом, лингвистика эмоций изучала материал многих языков: русского, английского, французского, немецкого, польского и др.

В рамках лингвистики эмоций разрабатывались разные подходы. С точки зрения лингвистического подхода есть мир (объект), человек (субъект), способный отражать мир, но делает он это не механически, а избирательно, то есть отражает только необходимые ему объекты. Эмоции здесь играют роль посредника между миром и его отражением в языке человека.

Сам процесс фиксирования эмоциональных процессов проходит при помощи психического механизма их отображения в семантике слов, используемых для вербализации эмоциональных взаимоотношений коммуникантов. Эмоциональные состояния локализируются в смысловой структуре соответствующих слов – образов тех объектов, с которыми они соотносятся. В слове это кодируется особыми компонентами его семантики, которые формируют эмотивность слова. Эмоция «хранится» в слове в виде идей о ней, эта идея может «оживать» и «разворачиваться» до соответствующей данному моменту переживаемой человеком эмоции. Так эмоции «проникают» в слова, закрепляются в них, «хранятся» в них и при

необходимости манифестируются: выражаются и опознаются с помощью этих слов [Шаховский, 2008: 19–20].

В тексте эмоции выполняют определенные функции. Л. Ю. Буянова и Ю.П. Нечай в монографии «Эмотивность и эмоциогенность языка : механизмы экспликации и концептуализации» выделяют три приоритетные функции – отражательную, регуляторную и когнитивную. Эмоциональные переживания, выполняя отражательную функцию, являются результатом проецирования в сознание объективно существующих явлений (событий, фактов и т.п.). Данной функции часто противопоставляется функция регуляторная (или регулятивная), признаваемая сегодня многими психологами первичной, доминантной, где эмоции регулируют действия человека. Наконец, когнитивная функция психических переживаний человека также относится к числу важнейших. Познание объективного мира, в соответствии с теорией когнитивизма эмоций, не может происходить беспристрастно, не оценочно, поскольку сама суть, природа человека в высшей степени эмоциональна [Буянова, Нечай, 2016: 17–18].

Также существуют следующие подходы: текстоцентрический подход, изучающий различные способы представления эмоций на материале художественного текста; когнитивный подход направлен на выявление структуры эмоциональных концептов, их лингвокультурной специфики в сопоставительном срезе. На основе данных подходов выделяются несколько направлений. В русле первого направления исследуется эмоциональная лексика, которая может быть представлена в виде следующей типологии эмотивной лексики:

1. слова-обозначения эмоций: *любовь, ненависть*;
2. дескрипции эмоций: *покраснеть от стыда, зубы стучат от страха*;
3. эмоционально-окрашенная лексика: *бабуля, мерзавец, Черт побори! Damn!*
4. оценочная лексика: *сердитый, очаровательный*.

Последний тип лексических единиц не только называет эмоции, описывает их различные физиологические проявления, но и передает эмоциональное отношение, оценку субъекта [Яровикова, 2013: 5].

В рамках второго направления ведутся исследования концептуального содержания эмоций. К примеру, Н.Д. Арутюнова репрезентировала все эмоции и эмоциональные состояния в рамках четырех метафор:

1. жидкое тело, наполняющее человека, его душу, сердце, принимающих форму сосуда: *полон любовью*;
2. текучее тело, которое человек может пить и изливать: *хлебнуть горя, излить душу*;
3. огонь, пламя, пожар: *пламя любви, разжигать ненависть*;
4. стихийные силы природы: *опустошать, бушевать* [Арутюнова, 1999: 389–395].

Помимо этого, выделяются грамматические классы эмотивной лексики. Приоритет в манифестации эмоций в русском языке принадлежит глаголу, наиболее приспособленному для отражения эмоций, так как эмоции тесно связаны с субъектом, испытывающим их и объектом, вызывающим их. Эмоции передаются глаголом как состояние (*грустить*) и как становление состояния (*влюбиться*), как отношение (*любить*) и как воздействие (*влюбить*), а также как внешнее проявление эмоций (*целовать, обнимать*). Существительные дают отвлеченное обозначение чувств (*объятия, вдохновение*), обозначают эмотивные качества в отвлечении от их носителя (*страстность, вспыльчивость*), называют лицо, испытывающее эмоции (*гордец, пессимист, злюка*) или являющееся объектом – источником эмоций другого лица (*любимец*). Прилагательное означают состояние – отношение – воздействие – проявление, только контекст снимает семантическую неопределенность эмотивного прилагательного: *радостный человек* (состояние), *радостный взгляд* (проявление), *радостный день* (воздействие). Наречия выполняют функцию эмоционального сопровождения прежде всего глагольной и адъективной лексики (*нежно прижаться, грустно-томные*

глаза). Эмотивные слова категории состояния их отличительная особенность – монофункциональность: они приспособлены быть только главными членами безличных предложений с семантикой состояния превалируют негативные эмоции (*гадко, тоскливо, уныло, плохо, прискорбно, ужасно*) далее представлены положительные эмоции (*весело, оживленно, празднично, радостно, торжественно, хорошо, спокойно*). Междометия не репрезентируют какой-либо объект окружающего нас мира, а передают субъективное отношение человека к определенному предмету или явлению. Одна из главных семантических особенностей их смысловая размытость, сосуществование в них различных эмотивных смыслов, например, местоимение *у* выражает угрозу, неудовольствие, страх, одобрение, восторг и т. д., а междометие *фу-ты* выражает досаду, презрение, облегчение, раздражение, *ох, ах* (горе), *тьфу* (гнев), *фи, фу* (презрение), *фу-ты* (досада), *ну-ты* (раздражение), *проклятие* (негодование), *мм...* (сомнение), *ха-ха* (смех), *бог мой!* (радость), *ура! браво!* (восторг), *уф* (спокойствие), *ух* (восхищение), *боже мой! ну и,* (удивление) [Бабенко, 1989: 65–70].

В работах А. Вежбицкой представлены другие подходы к изучению эмоциональных состояний: биологический, когнитивный и социокультурный [Wierzbicka, 1999: 4]. Также, по ее мнению, на эмоции следует смотреть через призму языка, так как одни и те же эмоции могут объективироваться в разных языках по-разному. Например, в английском языке улыбка может интерпретироваться категорией «enjoyment», но в польском лексиконе такой категории нет, поэтому в исследованиях эмоциональной лингвистики важно учитывать лингвокультурный аспект и не только на лексическом уровне, но и на грамматическом. Русскую лингвокультуру А. Вежбицкая с точки зрения семантики описывает как высокоэмоциональную, где для сигнализации эмоций и их оттенков используются разнообразные лингвистические средства [Там же: 26–30, 218]. Особое внимание ученый обращает на язык тела как вербальную манифестацию разных эмоциональных состояний:

1. Голова: *опустить голову* (стыд, грусть);
2. Лицо: *лицо расплылось в улыбке* (радость);
3. Глаза и брови: *глаза сверкают* (гнев), *нахмурить брови* (отвращение, злость);
4. Ноги и руки: *топать ногами* (ярость), *всплеснуть руками* (удивление).

Описанную выше объективацию эмоций в языке при помощи разных частей тела можно дополнить, однако здесь важно отметить, что в русской лингвокультуре категория эмотивности занимает одно из важнейших мест в языке и проявление эмоциональных состояний осуществляется не только вербальными, но и невербальными средствами [Там же, 225–234].

Существуют различные классификации эмоциональных состояний. По наличию/отсутствию интеллектуальной оценки эмоции делятся на простые и сложные (чувства). Сложные эмоции (любовь, гордость и т. д.) возникают лишь при наличии определенного уровня интеллекта, что отличает их от простых эмоций, предполагающих не оценку, а непосредственное ощущение какого-то положения вещей как плохого или хорошего (злость, страх, удовольствие т. д.). По «знаку» переживания эмоции делятся на положительные (стенические) и отрицательные (астенические). Однако эмоция, как положительная, так и отрицательная, может в зависимости от ситуации, индивидуальных особенностей восприятия, культурной специфики иметь как стеническую, так и астеническую направленность. По направленности на говорящего или на окружающих эмоции делятся на личные (отчаяние, горе, тоска) и неличные (жалость, сострадание, восхищение). По влиянию на деятельность человека (активизируют или тормозят активность) эмоции делятся на активные (радость, воодушевление) и пассивные (тоска, отчаяние). По степени интенсивности – эмоции высокой степени интенсивности (счастье, несчастье) и низкой степени интенсивности (удовлетворение, досада) [Зуева, 2006: 150–151].

В книге Е.П. Ильина «Эмоции и чувства» представлена следующая типология эмоций: эмоции ожидания и прогноза (волнение, тревога, страх, отчаяние), удовлетворение и радость (удовлетворение, радость), фрустрационные эмоции (обида, разочарование, досада, гнев, иступление, печаль, уныние, тоска и ностальгия, горе), коммуникативные эмоции (веселье, смущение, смятение, стыд, вина, презрение), интеллектуальные «эмоции», или аффективно-когнитивные комплексы (удивление, интерес, чувство юмора, эмоция догадки, «чувство» уверенности – неуверенности) [Ильин, 2001].

Несмотря на то, что в современной лингвистике такое направление, как эмотиология только развивается, у него уже сформировался свой терминологический аппарат, в рамках эмотивной лингвистики работают многие ученые, как отечественные, так и зарубежные. Объектом эмотиологии являются эмоции, выполняющие определенные функции в языке, которые изучаются с точки зрения нескольких подходов и их можно классифицировать.

1.2.1. Эмотивность и экспрессивность: к соотношению понятий

В современной теории стилистики рассматриваются различные категории текста, не только отражающие общие (наиболее существенные признаки) и предельно общие понятия (закономерные связи между языковыми единицами), а также совокупность единиц с общим значением или общими семами. К последней группе относят такие категории, как «эмотивность», «экспрессивность». Несмотря на то, что данные категории переплетаются, вопрос об их соотношении до сих пор является спорным [Зотова, 2010: 14].

Эмотивность обычно рассматривается в широком и узком значении. В первом случае ученые интерпретируют ее либо как совокупность областей выражения чувств и эмоций субъекта, либо как усиление, или интенсивность;

во втором – как отраженное и закрепленное в семантике слова чувство говорящего, его отношение к объекту речи [Там же: 14]. Чаще всего эмоциональность передается следующими языковыми средствами: междометиями, словами, называющими эмоции и ассоциирующимися с ними, интонацией и особыми синтаксическими структурами (повтор, эллипсис, инверсия и т. д.) [Аванесова, 2010: 7].

Наряду с категорией «эмоциональность» употребляется категория «эмотивность», которая трактуется по-разному. Во многих научных работах термины «эмотивность» и «эмоциональность» используются как синонимы, но ряд ученых их дифференцируют. Основным критерием для разграничения является отношение к понятиям психологическим или к лингвистическим. Некоторые лингвисты относят эмотивность к психологическим, а не лингвистическим понятиям. Так, В.Н. Телия полагает, что «категория *эмотивность* связана с эмоциональной сферой психики и соотносится по содержанию с определенными типами эмоций – чувств-отношений, которые мы определяем в диапазоне одобрительной или неодобрительной реакции на обозначаемое» [Телия, 1986: 129]. Однако большинство ученых трактуют эмотивность как языковую категорию, противопоставляя ее эмоциональности как категории психической. По мнению В.И. Шаховского, на языковом уровне эмоции трансформируются в эмотивность, поэтому эмоциональность – психологическая категория, а эмотивность – языковая [Шаховский, 1987: 13].

Категория «эмоциональность» тесно связана с категорией «экспрессивность», которая толкуется в литературе неоднозначно – как функциональная и языковая. При функциональном подходе под экспрессивностью понимается «не-нейтральность речи, отстранение, деавтоматизация, придающие речи необычность и изобразительность» [Галкина-Федорук, 1958: 108]. Тем не менее, некоторые лингвисты понимают под экспрессивностью усиление выразительности, изобразительности и воздействующей силы высказываний. Иными словами, экспрессивность

рассматривается уже как семантическая категория, входящая во внутреннее содержание языковой единицы. Так, М.Г. Бондаренко, Н.А. Лукьянова и В.Н. Цолер считают экспрессивность одним из компонентов коннотации. По их мнению, экспрессивность – это способность языковых средств осуществлять изобразительно-выразительную функцию при передаче денотативного значения [Бондаренко, 1977: 12; Лукьянова, 1986: 44; Цолер, 1996: 63; цит. по: Зотова, 1987].

Экспрессивность достигается при помощи фонетических, лексических и синтаксических единиц языка. К фонетическим экспрессивным средствам относится использование просодических средств (эмфатического, логического и словесного ударений, явлений мелодики и пауз), аллитераций, звукоподражаний, физиологических недочетов речи. В число морфологических средств входят ласкательные и уничижительные аффиксы, а также словосложение. На лексическом уровне экспрессивность включает в себя группу слов, обладающих четко выраженной положительной или отрицательной коннотацией, и тропы (метафору, метонимию, гиперболу, литоту и др.). На синтаксическом уровне экспрессивность выражается бессоюзием или многосоюзием, изменением обычного порядка слов, параллельными синтаксическими конструкциями, синтаксическими повторами, эллипсисом и другими [Гаджиева, 2019: 67].

Из-за отсутствия единой трактовки категории «экспрессивность» лингвисты разграничивают эмоциональность и экспрессивность на разных основаниях. Так, В.К. Харченко, Т.В. Матвеева и др. считают понятия эмоциональности и экспрессивности практически синонимами [Харченко, 1983: 39; Матвеева, 1986: 15; цит. по: Зотова, 1987]. В.И. Шаховский считает их частично сходными, но автономными явлениями и допускает, что существует и неэкспрессивная эмоциональность. Так, эмоциональность высказывания всегда связана с реализацией эмоциональной оценки, в то время как экспрессивность чаще связана с интеллектуальным намерением убедить в чем-то адресата [Шаховский, 1987: 3–25]. По мнению

Е.М. Галкиной-Федорук, понятие «экспрессивность» по содержанию шире понятия «эмоциональность», т.к. выражение эмоций в языке всегда экспрессивно, но экспрессивность в языке не всегда эмоциональна, потому что экспрессивные языковые средства усиливают выразительность и образность как при описании эмоций, так и при выражении мысли [Галкина-Федорук, 1958: 107–108].

В соотношении категорий «эмоциональность» и «экспрессивность» следует исходить из того, что, выражая эмоциональное отношение к действительности, говорящий всегда использует экспрессивные языковые средства. Однако необходимо отметить, что экспрессивность в языке не всегда эмоциональна, так как экспрессивные языковые средства усиливают выразительность не только при эмоциональном воздействии, но и при выражении мысли. Таким образом, «эмоциональность» и «экспрессивность» – две взаимосвязанные, но не тождественные категории. Понятие «экспрессивность» по содержанию шире понятия «эмоциональность».

1.2.2. Эмотивность и гендер: маскулинность, феминность и андрогинность

В современном обществе коммуникативное поведение языковой личности зависит от ряда факторов: возраста, социального статуса, ситуации общения, пола, гендера и т. д. В рамках нашего исследования хотелось бы подробнее остановиться на гендерном и половом аспекте.

Данные понятия необходимо разграничить. Пол – это природное явление, включающее в себя биологические особенности человека для обозначения их анатомо-физиологических особенностей и различия на мужчин и женщин. А гендер – это явление социальное, которое позволяет показать социальные различия полов, их культурные характеристики. Данное понятие также используется в значении набора характеристик, определяемых данным обществом, идентифицирующих социальное поведение мужчин и

женщин и отношения между ними в этом обществе [Плескач, Власова, Смирнова, 2016: 136].

Рост интереса к гендерному аспекту языка вызвал развитие социолингвистики, психолингвистики, а также лингвогендеристики. Интерес отечественных ученых к гендерной проблематике часто связывают с наступившей открытостью российского общества в постсоветский период или с влиянием идей феминизма. Становление и интенсивное развитие гендерных исследований в лингвистике приходится на последние десятилетия XX века в рамках новой антропоцентрической парадигмы. Новое понимание процессов категоризации, отказ от признания объективной истины, интерес к субъективному, к частной жизни человека, развитие новых теорий личности, в частности, теории социального конструктивизма, привели к пересмотру научных принципов изучения категорий этничности, возраста и пола, интерпретировавшихся ранее как биологически детерминированные. Новый подход потребовал и применения новой терминологии, более точно соответствующей методологическим установкам исследователей, что и стало причиной введения в научное описание термина «гендер», призванного подчеркнуть общественно конструируемый характер пола. Этот подход, естественно, стимулировал изучение лингвистических механизмов проявления гендера в языке и коммуникации [Архив номеров журнала «Отечественные записки», 2018].

В предшествующей системно-структурной парадигме такие феномены, как свобода, воля, эмоции, восприятие не рассматривались из-за невозможности описать их при помощи математических методов. С точки зрения новой парадигмы познание реальности возможно лишь через языковые формы, т. к. действительность всегда опосредована дискурсивной практикой. Смена взгляда на объект потребовала и новых методов, к числу которых относятся, в частности, контент-анализ, нарративная семиотика, критический анализ дискурса и др. Появляются новые источники анализа: от исследования художественного текста ученые приходят, с одной стороны, к

изучению речи профессиональных сообществ, мужчин и женщин, субкультур, малых групп и — с другой — к описанию различных видов институциональной коммуникации, лингводиagnosticе и многим другим направлениям, цель которых — получение информации о говорящем субъекте [Там же].

Студенческая революция 1968 года, активизация феминизма способствовали ускоренному распространению целого ряда идей. К их числу относится и осознание социальнокультурной обусловленности пола. «Новое женское движение» в США, вступившее в борьбу с патриархатом, стимулировало научное осмысление гендерной концепции и в значительной степени способствовало ее распространению в целях политической борьбы. С конца 60-х годов XX века в языкознании (главным образом в США и Германии) возникает направление, названное феминистской критикой языка, или феминистской лингвистикой. Феминистская лингвистика подвергла критике язык за его андроцентричность, т. е. ориентированность не на человека вообще, а на мужчину. Язык был обвинен в сексизме — дискриминации по признаку пола, которой подвергаются женщины. Дискриминация выражается в преобладании мужских форм в языке, вторичности и объектности женщин, совпадении во многих языках понятий «человек» и «мужчина», преобладании в обозначениях женщин негативных оценок и так далее [Там же].

Сегодня можно говорить о существовании собственно гендерных исследований, изучающих оба пола, а точнее — процесс социального конструирования различий между полами. Гендер считается институционализированным и ритуализованным социокультурным конструктом — одним из параметров социальной идентичности индивида. Общественные институты (армия, школа и т. д.) поддерживают различия, придают им статус нормы и интерпретируют как природно-обусловленные. Общественные ритуалы также создают гендерную асимметрию — в одежде, повседневном обиходе и символически. Гендер как продукт культуры отражает

представления народа о женственности и мужественности, зафиксированные в фольклоре, сказках, традициях и, разумеется, в языке. В коллективном сознании присутствуют гендерные стереотипы — упрощенные и заостренные представления о свойствах и качествах лиц того или иного пола [Там же].

Возникновение гендерных исследований в отечественной лингвистике датируется обычно серединой девяностых годов XX века. Именно в этот период в российской научной литературе появился термин «гендер», и отечественному читателю стали доступны зарубежные теоретические труды по гендерной проблематике.

В рамках социолингвистики, психолингвистики и лингвогендеристики проводятся многочисленные исследования, в которых изучается речевое поведение женщин и мужчин. Именно из социолингвистики был заимствован термин «гендерлект» (по аналогии с диалектом или социолектом), который обозначает обусловленную гендером вариативность языка. Известно, что мужчины и женщины выполняют свою определенную социальную роль [Фомин, 2004: 184]. При этом выделяются гендерные роли, представляющие собой социо- и психолингвистическую модель поведения, которая обуславливается гендером. Данная роль, выполняемая индивидом в социуме, определяет его языковое поведение, в том числе для вербализации чувств и эмоций.

Традиционно выделяются такие гендерные типы, как маскулинность (лат. *masculus* – мужской) – набор личностных и поведенческих черт, соответствующих стереотипу «настоящего мужчины» (агрессивность, лидерство, уверенность, физическая сила, склонность к риску и др.) и феминность (лат. *femina* – женщина) – набор личностных и поведенческих черт, соответствующих стереотипу «настоящей женщины» (нежность, хрупкость, элегантность, спокойствие, забота о других и т. д.). Однако А.Г. Фомин выделяет еще один гендерный тип – андрогинность, как набор личностных и поведенческих черт, которые совмещают в одной личности как

маскулинные, так и феминные черты [Фомин, 2004]. Гендерные различия находят отражения на самых разных уровнях формирования высказывания: в реализации стратегии и тактики речи, в лексических предпочтениях, в подборе грамматических структур и так далее [Кулакова, 2013: 132].

Что касается маскулинных и феминных языковых особенностей и категории эмотивности, то мужчинам не свойственно открыто выражать свои эмоции, с детства их учат сдерживать или блокировать их, а женщины наоборот чаще говорят о своих чувствах и эмоциях. На фонетическом уровне у женщин речь мелодичней, интонация богаче, нежели у мужчин. На лексическом уровне феминные черты следующие: обилие прилагательных, «ласкательных слов», вводных слов, определений, обстоятельств, модальных конструкций, выражающих различную степень неуверенности или предположительности, местоимений, частиц, междометий, склонность к употреблению «престижных», стилистически повышенных форм, клише, книжной лексики. К маскулинным относят употребление абстрактных существительных, армейского и тюремного жаргона. Женская речь более нормативна. Представительницы слабого пола следят за своей речью, стараются говорить правильно, в то время как мужчины чаще употребляют общенную лексику, даже выражая восхищение и радость. Помимо этого, женщины в общении более мягки и уступчивы, контролируют свое поведение, а мужчины в коммуникации стараются доминировать, иногда слишком агрессивны, тогда проявление эмоций становится более активным и открытым [Новикова, Хамидулина, 2013: 81–82].

Обозначив некоторые черты эмотивности у мужчин и женщин, необходимо также принять во внимание тот факт, что в современном мире гендерные роли претерпели значительные изменения и гендерные границы постепенно стираются. Безусловно, все это отражается в языке. Одной из главных причин стало феминистское движение, когда женщины стали выступать за свои гражданские права.

В зарубежных исследованиях феминистскому движению посвящено множество работ. Так, в статье А. Gouws и А. Coetzee “Women's movements and feminist activism” описываются различные феминистские движения Южной Африки, участницам которых приходилось бороться за право быть услышанными правительством, чтобы оно действовало не только в интересах мужчин, а также принимало во внимание проблемы женщин. Радиовещание – один из инструментов, описанных в статье. Поэты-феминистки в программе Poetry in the air доносили свои воодушевляющие стихотворения широкой аудитории, тем самым поднимая проблемы чернокожих женщин, в частности, их статус в обществе [Gouws, Coetzee, 2019: 7]. А в статье О. Gómez-Ramírez и L.V. Reyes Cruz “Las jóvenes y el feminismo: ¿Indiferencia o compromiso?” рассматривается вопрос об участии в феминистских движениях молодых девушек в Мексике. В академической среде исследования, посвященные проблемам феминизма, до сих пор ставятся под сомнение, но благодаря созданию университетской программы гендерных исследований в Национальном автономном университете Мексики молодые ученые-феминистки могут использовать различные академические площадки для развития данного направления [Gómez-Ramírez, Reyes Cruz, 2008: 395–396].

Сегодня представительницы слабого пола не только заботятся о детях и ведут домашнее хозяйство, а строят карьеру, занимаются самореализацией, обретая независимость. Мужчин же нередко можно встретить в индустрии моды и красоты, они принимают участие в типично феминных видах спорта, например, в синхронном плавании. Теперь проявление феминных черт у представителей мужского пола не так сильно подвержено критике, как это было раньше.

Поэтому среди традиционных гендерных типов «маскулинность» и «феминность» выделяется «андрогиния» — характеристика, определяющая способность менять свое вербальное и невербальное поведение в зависимости от ситуации общения, сочетая в себе качества мужественности и женственности.

По мнению ученых, андрогинные личности обладают лучшей адаптивностью, отличаются особыми творческими наклонностями, имеют высокую самооценку, наиболее психологически благополучны [Предтеченская, 2018: 161]. Так, женщина, проявляя упорство, смелость и умение сдерживать излишние эмоции может добиться больших успехов в той или иной профессиональной сфере, а мужчина, проявляя чуткость, мягкость к детям, правильно их воспитать, т.е. мужской стиль поведения можно было бы использовать в служебных взаимоотношениях, а женский стиль – в сфере личных взаимоотношений.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что на аффективную функцию языка влияют разные факторы, в том числе половая и гендерная принадлежность. Выделяются три гендерных типа личности: маскулинный, феминный и андрогинный, которым присущи свои особенности в употреблении вербальных, паравербальных и невербальных средств для выражения чувств и эмоций. Однако андрогинность считается идеальным типом личности, сочетающим в себе самые яркие черты как мужчины, так и женщины, что положительно влияет на процесс коммуникации.

В рамках нашего исследования хотелось бы проследить вышеописанные особенности объективации эмоции радости, но не с позиции пола и гендера самих болельщиков, а с позиции видов спорта: типично маскулинных и типично феминных. Будут ли поклонники фигурного катания, художественной гимнастики или синхронного плавания придерживаться правил языка и использовать преимущественно уменьшительно-ласкательные формы и т. п., как это принято у представительниц слабого пола, или же будет присутствовать нехарактерная обценная лексика – особенность мужского коммуникативного поведения, что укажет на проявление андрогинии. То же самое мы можем изучить и у болельщиков футбола, хоккея, формулы 1, смешанных единоборств и т. д.

1.3. Социальные сети как особый вид общения

В современном мире социальные сети являются неотъемлемой частью нашей жизни и человек уже не может представить жизнь без них. Они являются, прежде всего, одним из основных средств коммуникации, также источником различной информации.

Социальная сеть является частью интернет-коммуникации, поэтому важно отметить ее характерные особенности, прежде чем перейти непосредственно к понятию «социальная сеть». Интернет-коммуникация представляет собой один из современных способов коммуникативного взаимодействия людей при помощи компьютера и Интернета, в связи со специфическим каналом и средством общения развивает свои типизированные формы общения, а также характеризуется техническими параметрами, к которым относятся: электронная форма существования текста, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность, количество коммуникантов в актах коммуникативного взаимодействия. Под действием данных параметров в интернете складывается особый медийный вариант языка (медиалект), обнаруживающий специфические фонетико-графические, лексические и грамматические признаки, а также изменения в семантической и синтаксической организации текста по сравнению с традиционным (печатным) текстом [Щипицина, 2009; 2011].

Таким образом, текст как продукт интернет-коммуникации – это сложное семиотическое произведение, объективированное в виде электронного документа, границы которого определяются доменным адресом в Интернете или передаваемой за один акт общения информацией, содержательным и стилистическим единством и прагматической направленностью. Электронный текст имеет все признаки, свойственные тексту как феномену: связность, членимость, интенциональность и др. Текстовые признаки видоизменяются под действием средства и канала

коммуникации. Наиболее восприимчивы к техническим параметрам интернет-коммуникации текстограмматические категории членимости, связности, целостности и завершенности, приобретающие в новых коммуникативных условиях относительный характер. По сравнению с традиционным печатным текстом в электронном тексте грамматическая связность не так значима, как формально-графическая, логико-семантическая и лексическая. Средствами реализации формально-графической связности являются единство дизайна, цвета, шрифта и визуального размещения элементов текста в пространстве экрана монитора, использование эмодзи, анимации и т. д. [Щипицина, 2011: 12–13].

Для более комплексного исследования интернет-коммуникации удобным представляется понятие «жанр». М.М. Бахтин предлагает обозначить жанр как устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказывания [Бахтин, 1986: 255]. Жанр электронной коммуникации понимается как типовая форма речевой деятельности в коммуникации со специфическими содержательными и формальными характеристиками, опосредованной компьютером и телекоммуникационными сетями [Щипицина, 2011: 11]. Предложены различные классификации жанров электронной коммуникации. По цели включают следующие жанры:

1. Информативные жанры: институциональные веб-страницы, в том числе веб-страницы новостных агентств и сетевых СМИ, поисковые системы, онлайн-энциклопедии, каталоги, списки рассылки, электронные библиотеки;
2. Социальные жанры: чат, электронные письма, новостные группы, форумы, социальные сети;
3. Директивные жанры: веб-баннер, веб-страницы объявлений, Интернет-магазины;
4. Презентационные жанры: личные веб-страницы, веблоги;
5. Эстетические жанры: сетевой роман, фанфикшн;

б. Развлекательные жанры: мультипользовательские миры и игры [Щипицина, 2009: 73–74].

В работе Е.И. Горошко и Е.А. Жигалиной «Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное» для выделения жанров интернет-коммуникации принимаются во внимание такие характеристики организации коммуникации, как: временной параметр (синхронность или асинхронность коммуникации), регламентированность (наличие или отсутствие жестких требований к форме коммуникации), характер адресата (массовая или личная), технологический параметр. Последняя характеристика играет важную роль, поскольку коммуникация в сети Интернета в первую очередь опосредована компьютером и во вторую – программами, использующимися при коммуникации. Именно возможности коммуникативных сервисов во многом определяют те или иные особенности коммуникации, осуществляемой с их помощью, и без которых эта коммуникация вообще была бы просто невозможна. Тем самым в жанровой системе Интернета можно выделить гипержанры и жанры. К гипержанрам относят: сайт, блог, социальную сеть, электронную библиотеку. Жанры интернет-коммуникации: электронное письмо, форум, чат, доски объявлений, рекламные баннеры, коммуникация с помощью программ мгновенного обмена сообщениями, виртуальная конференция, пост, комментарий [Горошко, Жигалина, 2010: 114–115].

Последний жанр интернет-коммуникации – комментарий – является основным материалом для нашего исследования, поэтому необходимо обозначить его основные характеристики. По мнению А.В. Кирилиной, комментарий представляет собой быструю реакцию пользователя на сообщение о каком-либо факте в интернете [Кирилина, 2015: 68]. Основная цель комментария – оценить актуальную информацию, опубликованную в интернете из разных сфер жизни. Комментарий имеет определенную структуру: имя пользователя, аватар, время отправки комментария и содержание комментария. Также есть возможность поставить лайк, ответить

на комментарий другому пользователю. Кроме того, пользователи используют различные инструменты, которые дополняют или заменяют текст, например, картинки, gif-изображения, эмодзи, эмоджи. В комментариях часто игнорируют правила пунктуации, орфографии. Смайлики или эмодзи часто выступают в роли точки, завершающей предложение. Можно выделить 4 формы высказывания, к которым прибегают пользователи: чистый текст, текст и эмоджи, текст и графическое сопровождение и текст с символами [Комментарии в социальных сетях: производство и воспроизводство интернет-дискурса].

Обозначив особенности электронной коммуникации и выделив среди гипержанров социальную сеть, рассмотрим ее основные характеристики. Выделяют множество определений «социальная сеть». В рамках интернет-дискурса социальная сеть – это сложный жанр персонального интернет-дискурса, который является особой гипертекстовой формой межличностного общения в виртуальном пространстве, участники которого могут присутствовать в настоящий момент (online) или в перспективе (off-line), что соответствует признакам группы асинхронных жанров. Исходя из видов речевого общения социальная сеть – это жанр персонального интернет-дискурса, обеспечивающий преимущественно фатическое общение между языковыми личностями, то есть установление и поддержание контакта между пользователями [Сидорова, 2016: 199].

Также, социальная сеть – это многофункциональная гипертекстовая веб-страница позволяющая представлять данные о себе, создавать списки друзей и просматривать их списки. Социальные сети как особый жанр персонального дискурса сочетают в себе черты сетевых сообществ, форумов и ICQ. Таким образом, социальные сети объединяют в себе функции самопрезентации, а также синхронно и асинхронно групповой и персональной коммуникации. Гипертекст аккаунтов в социальных сетях полностью подчинен сверхзадаче личностного самовыражения: его рамочная конструкция позволяет максимально эксплицировать заданный

прагматический объем в отдельных блоках личной страницы, которая имеет общую для всех структуру: фото пользователя, имя профиля, статус, блок-анкета, различные фото- и видеоальбомы, поле комментариев [Сидорова, 2013: 30].

Первая социальная сеть была создана в США в 1997 году на сайте sixdegrees.com. В этой сети впервые пользователи смогли создавать свой профиль и списки друзей. Технология сообщения между пользователями уже существовала тогда в форме службы мгновенными сообщениями через интернет ICQ и, более того, ICQ также позволял создавать списки друзей. Ключевой идеей стала возможность просматривать списки друзей своих друзей. Classmates.com, также существовавшая ранее, позволяла находить одноклассников и однокурсников, однако была лишена возможности создавать профили и списки друзей, приобретя эти способности позже. В промежутки между 1997 по 2000 гг. возникло несколько социальных сетей в разных странах, которые включали в себя следующие обязательные компоненты: профиль, создаваемый самим пользователем, список «друзей» и систему обмена сообщениями. В США – [AsianAvenue](http://AsianAvenue.com), [BlackPlanet](http://BlackPlanet.com), и [MiGente](http://MiGente.com), в Корее в 1999 г. был запущен «Cyworld» и приобрел черты полноценной социальной сети в 2001 г. В Швеции в 2000 г. был запущен [LunarStorm](http://LunarStorm.com).

Первой сетью, разрабатывавшейся как сеть общего доступа, рассчитанной на широкую аудиторию, стала Friendster, которой было суждено стать «одним из крупнейших разочарований в истории интернета». Friendster – это первая социальная сеть с точки зрения получения патента (2002 г.). Когда появился новый сайт – MySpace (2003 г.), пользователи Friendster стали посылать сообщения другим пользователям, приглашая их в новую социальную сеть.

В 2004 г. студент Гарварда Марк Цукерберг запустил сайт thefacebook.com, позже ставший известным как Facebook. Сайт был ориентирован на студентов Гарварда как социальную группу и попасть туда

могли лишь студенты с почтовым ящиком, находящемся на сервере университета [Ефимов, 2015: 69–73]. В марте 2006 г. Джек Дорси, Ноа Гласс, Биз Стоун и Эван Уильямс создали Twitter, а в октябре 2010 был запущен Instagram.

В России первой из двух лидирующих сегодня социальных сетей стали «Одноклассники», которые были запущены 4 марта 2000 г. Социальная сеть «ВКонтакте» была создана в 2006 году Павлом Дуровым. В октябре 2006 г. было объявлено о новой сети как дополнении к форуму студентов СПбГУ, в сеть принимались только студенты при указании имени и фамилии по рекомендации. В конце ноября проект был открыт как сеть со свободным доступом, а для привлечения новых пользователей был объявлен конкурс с призами [Ефимов, 2015: 98–99].

В настоящее время широко используемыми являются следующие социально-ориентированные интернет-сообщества: социальные сети – Facebook, «Одноклассники», «ВКонтакте», Twitter и др.; профессиональные социальные сети – LinkedIn, «Профессионалы»; социальная сеть для ученых – «Академия» и многие другие [Сидорова, 2016: 199].

Модель общения в социальных сетях складывается под влиянием таких факторов, как: 1) социально-демографическая характеристика пользователя; 2) технические возможности оборудования, поддерживающие доступ в Интернет и соответствующее программное обеспечение; 3) коммуникативные установки социальной сети (наличие ограничений на размер и формат сообщений); 4) принадлежность пользователя к национальной культурной традиции и субкультуре, позиционирование Я в национальном социокультурном пространстве [Овчинникова, 2013: 154].

На сегодняшний день лидерами в области исследования социальных интернет-сетей являются американские социологи (D.M. Boyd, D. Crystal, N.B. Ellison и др.), а также российские ученые (Е.И. Горошко, В.А. Митягина), в рамках интернет-коммуникации (И.Г. Сидорова., Л.Ю. Щипицина, М.С. Школовая и др.)

Основные черты социальной сети:

1) Взаимодействие. Все технические новшества в социальную интернет-сеть внедряются с целью поддержания и развития функции общения между пользователями.

2) Границы. Несмотря на активное взаимодействие в сетях, пользователи сами устанавливают границы этого общения. Они могут существовать как между пользователями, так и для разграничения общения в сети и вне ее [Ефимов, 2015: 35–39].

3) Приватность и безопасность. Данные пользователей, в частности, пароли, должны быть защищены системой, чтобы предотвратить взлом аккаунтов и избежать утечки информации, поэтому создатели социальных сетей стараются использовать такую систему безопасности, которая справится с поставленной задачей [7 Features Of A Successful Social Media App, 2017].

Что касается факторов, то суть влияния физиологического фактора состоит в том, что одним из главных мотивов использования социальных сетей является общение с противоположным полом. При влиянии расового фактора пользователи ориентируются на связи с людьми, имеющими схожие этнические корни. Географический фактор проявляет себя в том, что пользователи включают в группу прежде всего людей, живущих поблизости. Примером профессионального фактора образования групп в социальных сетях, основанных на разделении труда, является образовательная сфера. Социальный фактор выражается в том, что пользователи в сети избегают устанавливать контакты с индивидами, с которыми не имели отношения ранее [Ефимов, 2015: 35–39].

Социальная сеть является частью интернет-коммуникации, которая обладает характерными особенностями. Для исследования электронной коммуникации лучше всего применимо понятие «жанр». По выполняемой функции выделяют информативный, социальный, директивный, презентационный, эстетический и развлекательный жанры. Другая

классификация выделяется на основе нескольких параметров, где жанры интернет-коммуникации подразделяются на гипержанры и жанры. В число первых входит социальная сеть. Социальная сеть – это сложный жанр персонального интернет-дискурса, который является особой гипертекстовой формой межличностного общения в виртуальном пространстве, участники которого могут присутствовать в настоящий момент (online) или в перспективе (off-line). Также для соцсети характерна своя структура, черты и модель общения. Комментарий как жанр социальной сети представляет собой реакцию пользователя на какое-либо событие в интернете и имеет четкую структуру.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. В нашем исследовании, изучая дискурс болельщиков, мы будем опираться на определение дискурса, которое предложила Н.Д. Арутюнова: «дискурс – это некий последовательно изложенный, логически стройный текст в комплексе с различными факторами, как языковыми, так и внеязыковыми, а именно прагматическими, экстралингвистическими, социокультурными, психологическими и другими факторами...». Спортивный же дискурс – это последовательность речевых актов, образующих связный текст в экстралингвистическом контексте, цель которого отразить процесс максимально возможного развития физических, психических и функциональных возможностей человека для реализации их в спорте, чтобы достигнуть максимально высоких результатов.

2. Что касается непосредственно эмоций, то, по определению американского психолога Кэрролла Изарда, эмоция представляет собой форму активного отношения человека к окружающей действительности.

3. Категория эмотивности отвечает за вербализацию чувств и эмоциональных состояний в языке, а категория экспрессивности усиливает выразительность, изобразительность и воздействующую силу высказываний.

4. Аффективная функция языка по-разному может проявляться у мужчин и женщин, где выделяются маскулинные, феминные и андрогинные черты.

5. Социальная сеть – жанр персонального интернет-дискурса, обеспечивающий преимущественно фатическое общение между языковыми личностями, то есть установление и поддержание контакта между пользователями. Комментарий, как один из жанров социальной сети, послужил основным материалом для нашего исследования.

ГЛАВА 2. ВЕРБАЛЬНЫЕ, ПАРАВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ОБЪЕКТИВАЦИИ ЭМОЦИИ РАДОСТИ В ДИСКУРСЕ АНГЛОГОВОРЯЩИХ, ИСПАНОГОВОРЯЩИХ И РУССКОГОВОРЯЩИХ БОЛЕЛЬЩИКОВ

2.1. Маскулинные виды спорта: специфика вербальных, паравербальных и невербальных средств объективации радости в дискурсе болельщиков

Специфика средств выражения эмоции радости болельщиков маскулинных видов спорта анализируются на материале комментариев в социальных сетях на русском, английском и испанском языках за период с 2017 по 2019 год. В результате сплошной выборки для проведения исследования нами были отобраны комментарии болельщиков типично маскулинных видов спорта в количестве 750 единиц. В ходе исследования был использован метод количественной подстановки для выявления основных средств объективации эмоции радости с последующим составлением диаграмм и составительско-сопоставительским анализом единиц. Маскулинный спорт был представлен такими видами, как футбол, хоккей на льду, хоккей на роликах, регби, боевые искусства и Формула-1.

Исследование комментариев болельщиков в социальных сетях показало, что все средства выражения эмоции радости можно классифицировать на вербальные, паравербальные и невербальные.

Под вербальными средствами понимается все то, что выражено с помощью языка. Невербальные средства представляют собой средства, сопровождающие или заменяющие речь, такие как жесты или мимика [Гришина, 2017: 8]. Г.Е. Крейдлин считает, что к паравербальным средствам относят «дополнительные к речевому звуковые коды, включенные в процесс речевой коммуникации и могущие передавать в этом процессе смысловую информацию», голос и его постоянные качества, голосовые особенности

актуально звучащей речи или игры голосом, эмоциональное акцентное выделение слогов и более крупных фрагментов речевого потока, темп, тональный уровень, длительность слога и другие [Крейдлин, 2002: 27–28].

Перед тем, как непосредственно перейти к анализу средств объективации эмоции радости, необходимо обратить внимание на следующие расчетные данные: среднее количество слов в сегменте и среднее количество восклицательных знаков в качестве одного из показателей степени эмоциональности и экспресивности.

Самые объемные сегменты были обозначены у русскоговорящих болельщиков, где среднее количество слов в комментарии равнялось 4, 2, так как для русского языка характерно распространение предложений, включая выражение различных эмоциональных состояний. Для русскоговорящих фанатов важно конкретизировать информацию. Например, выражая благодарность, болельщики часто указывали за что именно, похвалив кого-то, добавляли прилагательные и т. д. У англоговорящих болельщиков в среднем было использовано наименьшее количество слов – 2, 4 слова. Возможно, это связано с тем, что английский язык, который принадлежит к аналитическим языкам, стремится к текстовой компрессии, выражая главную информацию с использованием меньшего количества единиц, ведь все решает контекст. Оставляя комментарии в ходе или после выступления команды или спортсмена, очевидно, что болельщики находятся на эмоциональном пике. По этой причине большой объем предложений в данной коммуникативной ситуации не требуется, достаточно поставить ряд восклицательных знаков или добавить эмоджи для экономии времени. У испаноговорящих болельщиков в среднем было использовано 2, 7 слова, что практически совпадает с англоговорящими болельщиками, скорее всего по тем же причинам, так как испанский язык, как и английский, является аналитическим языком.

Что касается среднего количества восклицательных знаков, то наибольшее количество нами было выявлено в сегментах на русском языке –

2, 7 знаков, хотя изначально предполагалось, что у испаноговорящих болельщиков, чья культура весьма эмоциональна и экспрессивна, будет задействовано больше восклицательных знаков. Тем не менее, наименьшее количество восклицательных знаков было в комментариях на английском и испанском языках – 0, 6 знаков.

Таким образом, с точки зрения синтаксиса, самыми эмоциональными являются русскоговорящие болельщики, использующие наибольшее количество восклицательных знаков, главная функция которых – выражение различных эмоциональных состояний. Наименее эмоциональными являются англоговорящие и испаноговорящие болельщики, комментарии которых содержали меньше всего знаков восклицания. Также, русскоговорящим любителям спорта для манифестации эмоции радости потребовалось больше всего единиц в пределах одного сегмента, в отличие от сегментов на английском и испанском языках, что может указывать на особенности культуры и языка в целом.

2.1.1. Вербальные средства объективации эмоции радости

В ходе анализа было отмечено, что болельщики маскулинных видов спорта использовали разнообразные языковые средства, выражая эмоцию радости. Ниже будут представлены 9 основных вербальных средств, а также их общие и отличительные черты для русскоговорящих, англоговорящих и испаноговорящих болельщиков.

Лодатив. В переводе с французского, слово *laudatif* означает похвалу. В сегментах на русском языке нами было выявлено 190 случаев употребления, на английском языке – 89, на испанском – 104 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. Похвалу выражали в адрес спортсменов, команд, тренеров. В основном использовались качественные прилагательные, существительные и наречия. У всех групп болельщиков были отмечены прилагательные со схожим значением:

Великолепный

1) ❤️ **БРАВО ЦСКА!!!** ❤️ **ВЫ БЫЛИ ВЕЛИКОЛЕПНЫ** 😎👍!!!

2) ***Excellent*** wrestling skills!

3) ***Excelente triunfo equipo, recuperando el buen futbol***

Отличный

4) Молодцы!!! 🏆🏆🏆 **Отличный** матч, сыграли с характером 👍

Вперёд-"Спартак"! 🏆🏆🏆

5) ***Great job all around boys!*** 🦅🦅

6) ***Paso perfecto!***

Лучший

7) *Всех с победой армейцы!* ❤️💙👍 молодцы парни так и дальше держать! 🙌 спасибо за эмоции проявленный характер за красивую яркую достойную и волевою победу! вы **лучшие** и **лучший** клуб в России! ❤️💙👍 вперед армейцы за новыми победами! красно-синий самый сильный! верим в команду! ЦВБП! ЦСКА чемпион! ❤️💙🏆

8) ***Congrats champs, you are absolutely the best driver in the world.***

9) ***DON LIONEL ANDRES MESSI CUCCITINI el mejor jugador del mundo***

🏆🏆🏆🏆🏆🏆 **INMESSIONANTE** 🏠⚽🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠🏠

🏆🏆🏆 **MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI**

Хороший

10) ***хорошая игра!!! с победой зенит!!!!***

11) ***Good win boys, Good win*** 🏆🏆

12) ***Buen partido y buenísima victoria de todo el equipo que deja la liga más cerca***

Отличительные прилагательные были отмечены у русскоговорящих болельщиков: *сильный* и *роскошный*

13) *Всех с победой армейцы!* 🙌 спасибо парни за эмоции проявленный характер за борьбу в первой части сезона! ❤️💙🙌 Бекао здоровья! 🙌 вперед армейцы за новыми победами! вы **лучшие** и **лучший** клуб в России! ❤️💙👍 **красно-синий самый сильный!** 🙌 верим в команду! 🏆🏆🏆 ЦВБП! ❤️💙

29) *CAMPEONES, CAMPEONES OE OE OEEEEEEEE!!!!!!!!!!* 🟡🟢🟡🟢🟡



Кроме того, в лодативах нами были выявлены концептуальные метафоры, состоящие из области-источника и области-мишени. Область-мишень была общей для всех групп болельщиков – положительная оценка. Общих областей-источников выделено не было, возможно, из-за культурных особенностей лингвокультур. Тем не менее, у русскоговорящих и англоговорящих болельщиков совпали области-источники история, например, *легенды* и *legend* [ПРИЛОЖЕНИЕ А и Б].

30) *Легенды* 💙💙💙

31) *legend* 🤔

Также в сегментах на русском и испанском языках совпали области-источники искусство, *ШЕДЕВР* и *obra de arte* (шедевр), и волшебство, например *магия* и *fenómenos* (феномены) [ПРИЛОЖЕНИЕ А и В].

32) *ЭТО . ПРОСТО . ШЕДЕВРPPP!!!! ЧАЛОВек положил топовую банку, Влашич возил Крооса с Марсело, как мог, Марио просто пахарь , низкий ему поклон! Ну и Гончаренко , просто ГЕНИЙ! ЦСКА ВСЕГДА БУДЕТ ПЕРВЫМ!* 🟡🟢👑🔥 *Всех с победой! #ЦВБП #ЦСКАНАВСЕГДА*

33) *Majestuoso!!!! Es lo más rápido una obra de arte á!!!* 🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌



У англоговорящих и испаноговорящих болельщиков общей областью-источником являлся титул и примером может послужить *king* (король) и *rey* (король) [ПРИЛОЖЕНИЕ Б и В].

34) *Middleweight king* 🔥

35) *El mejor de todos los tiempos le duela a quien le duela es el rey del fútbol LEO MESSI* 🟡🟢

Специфическими областями-источниками у русскоговорящих пользователей были орудие *пушка*, пространство *космос*, природная стихия *огонь*, кондитерское изделие *конфетка* и род деятельности *пахарь* [ПРИЛОЖЕНИЕ А].

36) *Вот это захреначил так захреначил, пушка страшная*

37) *С победой красно зелёные ❤️❤️ Фарфанице просто космос подарил сегодня праздник всем нам , спасибо за игру 🍷🍷🍷 Только Локо Только Победа 🚂🚂🚂*

В лодативах на английском языке специфичной областью-источником была религия, например, *god* (бог) [ПРИЛОЖЕНИЕ Б]. У испаноговорящих пользователей отличительной областью-источником являлось фантастическое существо *MONSTRUO* (монстр) [ПРИЛОЖЕНИЕ В].

38) *Oshie played liked a **god** tonight*

39) *Un monstruo 🤖👊👊*

Междометие. Словарь лингвистических терминов определяет местоимение как неполнознаменательную часть речи, выражающую чувства, эмоциональные побуждения, призывы, но не называющая их [Жеребило, 2010: 189]. Данная часть речи лишь отражает ощущения говорящего на окружающую действительность. В комментариях на русском языке было проанализировано 50 случаев употребления данной части речи, на английском языке 34, на испанском языке 13 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. В ходе исследования междометия были классифицированы на: эмоциональные, этикетные и заимствованные. У русскоговорящих болельщиков, как и у англоговорящих и испаноговорящих, превалировали эмоциональные междометия, например *ура*, *ееее*, *аааааа*, затем были представлены этикетные междометия *благодарим*, *спасибо*.

40) *Ура! С победой, ребята! Вы-лучшие! 💖🍷🍷🍷🍷*

41) *Ееее ребята молодцы! С победой ❤️💙 ЦВБП*

42) 🍷🍷🍷🍷 *Ааааа 🚂🚂🚂🚂🚂 Я в @@@уе 🚂🚂🚂🚂 Восторг 😄🍷🍷🍷 Барса, ты ⚡⚡⚡*

43) *Красавцы!!! Благодарим вас ребята, за вашу игру!!!*

44) *Вы молодцы парни!! 🍷🍷 спасибо за отличное настроение перед выходными!!!! ЦВБП! 🍷🍷*

62) *BRAVO CHICOS SIGAMOS EN LA LUCHA POR LA CIMA DE LA LIGA. FORCA BARSA*

63) *Oleeeeeeee* 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

64) *Goooooollll* 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌

65) *Felicidades* 🎉 *Isco! Bienvenido de vuelta! Gracias por eso Golazos* 🍌

66) *Oleee zidane faltaba tu para llevar este Y grande equipo !!! Bravo por isco balet keylor y Marcelo* 🍌🍌🍌🍌🍌 *Alaaaa Madrid*

Речевой жанр поздравления. Т.В. Шмелева относит данный речевой жанр к этикетным, специфика которого заключается в клишированных и общепринятых фразах, и главная коммуникативная цель – осуществление особого поступка в социальной сфере, согласно этикету данного социума – поздравления. Адресант не просто выражает положительные эмоции, но и стремится вызвать их у адресата [Шмелева, 1997: 91]. В комментариях на русском языке было зафиксировано 104 случая употребления данного жанра, на английском – 13, на испанском – 18 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. Одной из общих черт является адресованность. Чаще всего болельщики поздравляли команду, отличившегося спортсмена или все спортивное сообщество. Примером могут послужить следующие лексические единицы:

на русском языке

67) *Всех с победой* 💋 *молодцы, второй тайм отыграли отлично* 👍❤️

68) *Поздравляю с победой мой любимый "ЗЕНИТ " !!! МОЛОДЦЫ !!! ТАК ДЕРЖАТЬ !!! " ЗЕНИТ " - ЧЕМПИОН !!!!*

на английском языке

69) *Congrats Lewis Hamilton* 🍌

70) *CONGRATULATIONS Capitals*

на испанском языке

71) *Grande Eibar grande Mandilibar q gran partido enhorabuena p más partidos así* 🍌🍌🍌

72) *Grande Girona! Felicitaciones a Stuani!* 🍌🍌🍌 *Qué lo agarro de pinta al Gil de Sergio Ramod*

73) *Felicidades! ;j messi y Suárez tremendos!!!!!!* 🏆🎉🏆 *recupérate Suárez gerrero!!!!* 🍀🎉🤔

Кроме того, у всех болельщиков для выражения поздравления использовались схожие лексические единицы. Поздравления на русском языке выражались при помощи глагола *поздравлять*, а также существительного *поздравление*. На английском языке использовали существительное *congratulations* либо сокращенную форму *congrats*. То же самое касается и сегментов на испанском языке, где были выделены существительные *enhorabuena*, *felicitaciones* и *felicidades*. Тем не менее, стоит отметить, что в силу особенностей языка, русскоговорящие пользователи часто опускали глаголы, в то время как у англоговорящих и испаноговорящих болельщиков преобладали существительные.

Речевой жанр благодарности. Данный речевой жанр также относится к этикетным, имеющий определенные фразы-клише [Шмелева, 1997: 91]. Говорящий стремится выразить признательность и проявляет вежливость. В комментариях на русском языке было зафиксировано 33 случая употребления, на английском – 4, на испанском – 2 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. В качестве примеров выступали следующие единицы:

на русском языке

74) *Спасибо за игру , армейцы , гордимся вами всегда ! Победа , не победа , для нас вы всегда чемпионы !* ❤️💙

на английском языке

75) *Thanks Captain O* 🤔🏆👏

76) *Great play guy thxs*

на испанском

77) *Felicidades* 🎉 *Isco! Bienvenido de vuelta! Gracias por eso Golazos* 🏆

Общими лексическими единицами у всех пользователей выступали этикетные междометия благодарности: *спасибо*, *thanks*, *gracias*. В английских сегментах была тенденция к сокращению, *thanks* и *thxs* вместо *thank you*, что указывает на особенности интернет-коммуникации. Специфичной чертой

здесь также была направленность: русскоговорящие любители спорта благодарили всю команду, тогда как остальные больше выражали благодарность конкретному спортсмену. В русских комментариях, в отличие от английских и испанских, чаще всего указывали, за что именно болельщики были признательны: за хорошую игру, эмоции, победу и т. д.

78) *Всех с победой армейцы! 🏆 спасибо парни за эмоции проявленный характер за борьбу в первой части сезона! ❤️💙👍 Бекао здоровья! 🤝 вперед армейцы за новыми победами! вы лучшие и лучший клуб в России! ❤️💙👍 красно-синий самый сильный! 🤝 верим в команду! 🏆🇷🇺ЦВБП! ❤️💙*

79) *Thanks Captain O 🤔👍👎*

80) *Thanks MESSI*

81) *Gracias rey Leo0000 🏆🏆🏆🏆🏆🏆*

Речевой жанр призыва. Согласно модели Т.В. Шмелевой, жанр призыва принадлежит к императивному типу. Цель такого речевого жанра – вызвать осуществление / неосуществление определенных событий. Спецификой речевого жанра призыва являются особые грамматические формы, например, императив у глаголов [Шмелева, 1997: 91]. У русскоговорящих болельщиков был выявлен 31 случай употребления, у англоговорящих – 68, у испаноговорящих – 37 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. Одной из общих характеристик была цель призыва, так как превалировали побуждения к новым победам и борьбе.

82) *Ураааа! Вперед Спартак, только победы! Мы с вами!*

83) *Keep up the fight!*

84) *Hala Madrid! El major club del mundo ya esta de regreso vamos por mas triunfos y por los titulus*

Однако в комментариях русских пользователей были выявлены призывы любить и верить в команду.

85) *Супер матч!!!Месси в отличной форме!Верьте в Барсу!Любите Барсу!! 🤝💙❤️💙❤️*

Также, в основном использовались глаголы в повелительном наклонении. У русскоговорящих болельщиков были глаголы *любить*, *радовать*, *верить* и *продолжать*.

86) *Супер матч!!! Месси в отличной форме! Верьте в Барсу! Любите Барсу!!* 🍌💙💛💙💛

87) *Молодцы, продолжайте в том же духе*

У англоговорящих – *to keep*, *to let* и *to go* у испаноговорящих – *tomar*, *halar* и *ir*.

88) *Keep scoring those goals!* 🏆🏆🏆

89) *Great win let's break out the brooms next time*

90) *Go caps!!* 💛💛💛

91) *Tomaaaaaaaa!!! Toma toma tomaaaaa! En vuestra puta casa. 0-3!!!*

92) *Grandes fuerza chicos HALA Madrid y nada mas*

93) *ASÍ ASÍ ASÍ GANA EL MADRID... 🍌🍌🍌; HASTA EL FINAL, VAMOS Real!*

Речевой жанр признания в любви. По модели Т.В. Шмелевой, признание в любви относится к этикетному речевому жанру, поскольку осуществляет особый социальный поступок проявления глубокой симпатии к конкретному лицу [Шмелева, 1997: 91]. В сегментах на русском языке было проанализировано 5 случаев, на английском – 5, на испанском – 4, то есть количество практически одинаковое [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. Все болельщики выражали любовь либо к команде, либо к отдельному спортсмену. Кроме того, типичной лексической единицей выступал глагол *любить* на русском языке, *to love* на английском языке и *amar* на испанском языке.

94) *Браво "Барселона"!!! Люблю Вас очень!!! СПАСИБО за прекрасную игру!!!* 💋💋💋

95) *Great job!!! Love you caps!!!*

96) *TE AMO LIONEL ANDRÉS MESSI* 💛🍌



Однако у русскоговорящих и испаноговорящих болельщиков использовался также глагол *обожать*, что указывает на крайнюю степень




проявления любви. В ходе исследования были выделены такие примеры: на русском языке

97) ЦСКА ЛУЧШИЕ!! Я ВАС ОБОЖАЮ.КРАСНО СИНИЙ САМЫЙ СИЛЬНЫЙ!!!!!!!!!!!!!!

98) *Bravo morata adoooo*

Речевой жанр свидетельствования. Т.В. Шмелева определяет свидетельствование как оценочный речевой жанр. Болельщики положительно оценивали выступление спортсменов, совпадающее с их ожиданиями, тем самым демонстрируя гордость за них [Шмелева, 1997: 91]. С помощью такого вербального средства пользователи выражали эмоциональное состояние гордости за спортсменов и команды. Данный жанр не был выявлен у англоговорящих пользователей. Что касается русскоговорящих и испаноговорящих болельщиков, то в первом случае было проанализировано 2 случая, во втором – 3 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. В сегментах на русском языке использовали глагол *гордиться*, на испанском языке использовали прилагательное *orgullosa*.

99) Спасибо за игру , армейцы , *гордимся* вами всегда ! Победа , не победа , для нас вы всегда чемпионы !  

100) *Que grandes. Me siento orgullosa de mi equipo*   
@mundodeportivo

Русскоговорящие пользователи гордились выступлением спортсменов, а испаноговорящие пользователи гордились не только командой, но и тем, что они являются частью своей любимой команды и могут насладиться моментами игры.

101) *Orgullosa de disfrutarlos en todos momentos. Hala*

Речевой жанр пожелания. Данный жанр относится к этикетным, с общепринятыми фразами для выраженного желания высказать что-нибудь приятное в адрес другого человека [Шмелева, 1997: 91]. Данное языковое средство было отмечено только у испаноговорящей аудитории (1), которая желала игроку здоровья и скорейшего выздоровления [ПРИЛОЖЕНИЕ П].

102) *Felicidades!jj messi y Suárez tremendos!!!!!!* 🏆🏆🏆 *recupérate Suárez gerrero!!!!* 🍀🎉🤔

Псевдоинвектив. Инвектив (*invectivus* – «полный выпадов, резкий») – оскорбительная речь [Жеребило, 2010: 120]. Несмотря на то, что инвектив используется для оскорбления, понижения статуса собеседника, здесь инвективная лексика функционирует как вспомогательное средство для выражения положительных запредельных эмоций болельщиков. Поэтому данное языковое средство манифестации эмоции радости мы обозначили как псевдоинвектив. Данное средство языка не было выявлено у англоговорящих болельщиков. В материале на русском языке было выявлено 7 случаев, в материале на испанском – 2 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. Используя псевдоинвективы, болельщики тем самым выражали запредельные эмоции во время и после просмотра спортивных мероприятий.

Примеры на русском языке:

103) *КАК ЖЕ ЭТО А*УЕННООО* БАРСА, *ТЫ ЖЖЕШЬ СЕГОДНЯ*

104) *Aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa су*aaaaaaaaa* красавцыыыыыы

105) 🍌🍌🍌🍌 *Aaaaaa* 🍌🍌🍌🍌 *Я в @@ye* 🍌🍌🍌 *Восторг* 😊🍌🍌🍌

Барса, ты ⚡⚡⚡

Пример на испанском языке:

106) *El mayor puto equipo del mundo carajo, toma en vuestra puta casa*

Данное средство использовалось не так часто, потому что в большинстве случаев комментарии, содержащие обценную лексику, удаляются.

2.1.2. Паравербальные средства

Заглавные буквы. В комментариях на русском языке было выявлено 73 случая употребления, на английском – 35, на испанском – 24 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. Данное средство трактуется в интернет-коммуникации как повышение голоса, которое используется для компенсации и выделения определенной части высказывания [Максимова, 2010: 87]. У

русскоговорящих болельщиков заглавные буквы преобладали в лодативах для усиления похвалы спортсменам (ВЫ ЛУЧШИЕ, МОЛОДЦЫ, ВЫ БЫЛИ ВЕЛИКОЛЕПНЫ, ВЫ ПОКАЗАЛИ ИДЕАЛЬНЫЙ ФУТБОЛ), в то время как у англоговорящих любителей спорта «капсом» чаще всего выделялись обращения к игрокам и командам (*CAPS, MY BOYS, CANES, HURRICANES*), у испаноговорящих любителей спорта выделялся речевой жанр призыва (*HALA MADRID, VAMOS, SIGAMOS EN LA LUCHA POR LA CIMA DE LA LIGA*).

Графический иконизм. По мнению Ч.С. Пирса, одним из видов знаков является икона, которая передает информацию о вещах, имитируя их. В данном случае, графический иконизм представляет собой набор знаков, имитирующий продолжительность крика [Пирс, 2009: 89]. Ряд гласных или согласных звуков указывает на продолжительность крика при выражении запредельных эмоций радости. Русскоговорящие пользователи использовали данное паравербальное средство в 51 сегменте, англоговорящие пользователи в 39 сегментах, а испаноговорящие – в 37 [ПРИЛОЖЕНИЕ П]. В комментариях на всех трех языках графический иконизм превалировал в междометиях, возможно, потому что именно междометия выражают эмоциональные состояния говорящего. Примерами на русском языке могут послужить *Eeeee, ураааа, юхуууу, аааааа*, на английском языке – *woooooow, ayeeee, whoop*, на испанском языке – *siiiiiii, oleeeeeeee, BRAVOOOO, OEEEEEEE*. Также нами было отмечено, что для большего акцентирования эмоции радости болельщики совмещали заглавные буквы и графический иконизм для того, чтобы отразить сильный и продолжительный крик.

2.1.3. Невербальные средства

Эмоджи (смайлы). Макеев С.Н., Зейналов Г.Г., Макеев А.Н., Макеева Н.Н в своей работе изучают эмоджи как невербальные средства в современной коммуникации, так как смайлы представляют собой стилизованные графические картинки, изображающие лица, предметы, знаки

и др., то есть они не имеют словесного выражения [«Смайл» как элемент интернет общения – современная интерпретация эмоций, 2015]. Общий объем эмоджи у русскоговорящих болельщиков составил 532, у англоговорящих болельщиков – 417, у испаноговорящих болельщиков – 642 [ПРИЛОЖЕНИЕ Ж, И, К]. Тем самым среднее количество эмоджи было выше в сегментах на русском и испанском языках – 2, 6, в сегментах на английском – 1, 7. Все представленные эмоджи были классифицированы на следующие категории: смайлики и люди, символы, животные и природа, еда и напитки, активность, предметы, путешествия и местности и флаги. Одной из специфичных черт было то, что в комментариях на русском языке преобладали эмоджи из категории символы, где были представлены сердца для выражения любви к команде и круги разных цветов, соответствующие цветам команд, а также символ Вверх!, на английском top, в молодежном сленге означающий что-нибудь крутое [ПРИЛОЖЕНИЕ Ж]. Однако в комментариях на английском и испанском языках преобладала категория смайлики и люди, где представлены основные эмоциональные состояния и жесты, например, «радость на 32 зуба», «радость до слез», «чувство облегчения или спокойствия» и др. [ПРИЛОЖЕНИЕ И, К]. Меньше всего у русскоговорящих пользователей было выявлено эмоджи из категории еда и напитки, к примеру, «мясо на кости» как символ футбольного клуба Спартак. У англоговорящих и испаноговорящих болельщиков меньше всего использовались эмоджи из категории «путешествия и местности», где были представлены «мигалка» и «глобус для Европы и Африки», возможное место проведения спортивных событий [ПРИЛОЖЕНИЕ Ж, И, К]. Распределение частотности у эмоджи, возможно, зависело от их тематики: в спортивном дискурсе главная роль отводится эмоциям и символическим элементам. Именно поэтому преобладали эмоджи категорий «смайлики и люди» и «символы», и не все категории были представлены у той или иной группы болельщиков: у англоговорящих нами не были выявлены эмоджи категории «еда и напитки», у испаноговорящих – эмоджи категорий «еда и напитки» и «флаги».

Далее рассмотрим общие и специфичные эмоджи в каждой категории у всех групп болельщиков. Общие эмоджи были следующие:

1. Смотреть влюбленными глазами 😍, крутость 😎, аплодисменты 🙌, удача 🍀, хорошо 👍, сила 💪 (смайлики и люди);
2. Вверх! 📈, красный круг 🟠, красное сердце ❤️ и синее сердце 💙 (символы);
3. Огонь 🔥 (животные и природа);
4. Мяч для европейского футбола ⚽ (активность);
5. Праздник 🎉 (предметы).

Эмоджи, характерные для конкретной группы болельщиков, представлены в большем объеме, что указывает на разный характер проявления эмоции радости у исследуемых лингвокультур. У русскоговорящих болельщиков были выявлены такие специфичные эмоджи:

1. Скука 😞, смакующий пищу 😋, большое счастье 😄, жест победы 🙌, жест машем 🙋, скрестив пальцы ✌️, жест вопроса 🙄 (смайлики и люди);
2. Зеленое сердце 🟢 и вращающиеся сердца 🌀 (символы);
3. Снежинка ❄️, звезда ✨, волна на море или в океане 🌊, конь 🐎, лошадка 🐾, лев 🦁 и панда 🐼 (животные и природа);
4. Локомотив 🚂, троллейбус 🚊, в данном случае использовавшийся как «состав локомотива», ракета (путешествия и местности);
5. Флаги России 🇷🇺 и Испании 🇪🇸 (флаги);
6. Мясо на кости 🍖 (еда и напитки).

У англоговорящих пользователей отличными от остальных были следующие эмоджи:

1. Теряю сознание от шока 😵, улыбающееся лицо в благоговении 😇, любовь к деньгам или чувство богатства 💰, чувство облегчения или спокойствия 😌, рыдаю взахлеб 😭, улыбающееся лицо с нимбом 😊, Хэллоуин 🎃 (смайлики и люди);
2. Оранжевое сердце 🟠, фиолетовое сердце 💜 и синий ромб 💠 (символы);

3. Утка 🦆, пингвин 🐧 и орел 🦅 (животные и природа);
4. Боксерская перчатка 🥊, клюшка и шайба для хоккея на льду 🏒, ворота 🏠 (активность);
5. Мигалка 🚓 (путешествия и местности);
6. Флаги Нидерландов 🇳🇱 и США 🇺🇸 (флаги).

У испаноговорящих болельщиков отличительными эмоджи стали:

1. Неожиданность 😲, страх 😨, подмигивать 😏, расстроен до слез 😭, радость до слез 😄 и корона 👑 (смайлики и люди);
2. Символ «правильный» 🟠, знак сердца 💜, черное сердце 🖤 и сердце, пронзенное стрелой 💜 (символы);
3. Клевер с четырьмя лепестками 🍀, обезьяна – глаза бы мои этого не видели 🐒, обезьяна – рот бы мой этого не говорил 🐒 (животные и природа);
4. Отметка на карте 📍 (предметы);
5. Глобус для Европы и Африки 🌐 (путешествия и местности).

Специфика эмоджи у каждой группы болельщиков главным образом объяснялась либо культурными особенностями (Хэллоуин – традиционный праздник США, Великобритании и других англоговорящих стран), либо символикой команд (лев – символ ФК Зенит).

2.1.4. Орфографические и пунктуационные ошибки

Учитывая специфику дискурса болельщиков и интернет дискурса, пользователи социальных сетей, выражая эмоцию радости, часто допускали ошибки правописания или пунктуации. Мы предполагаем, что это связано не только с тем, что в интернете часто игнорируют правила языка, придавая текстам форму устной и неформальной коммуникации, а также со степенью эмоциональности и экспрессивности. Чем сильнее эмоции, тем больше ошибок в комментариях, главное – выразить эмоциональное состояние, поэтому разного рода ошибки и опечатки вполне допустимы.

Проанализировав ошибки, мы распределили их в орфографические и пунктуационные. К первой группе принадлежали следующие ошибки: правописание имен собственных и начала предложения со строчной буквы и ошибки в правописании слов. Ко второй группе относились такие ошибки, как отсутствие знаков препинания в конце предложения, отсутствие запятых, лишний пробел или его отсутствие, а также отсутствие перевернутого восклицательного знака в начале предложения в комментариях на испанском языке.

Что касается орфографии, то испаноговорящие болельщики чаще всех писали имена собственные (прозвища команд, имена игроков) со строчной буквы, допустив 17 ошибок, у русскоговорящих их было выявлено 11, у англоговорящих пользователей 9. В комментариях на английском языке преобладали ошибки в правописании заглавной буквы в начале предложения – 17 случаев, в сегментах на русском и испанском было отмечено 8 и 5 случаев соответственно. С точки зрения правописания слов, наименьшее количество ошибок допустили русскоговорящие пользователи – 5, например, в словах *Спасибо, прекрасная* и др., наибольшее количество было выявлено у испаноговорящих пользователей, они сделали ошибки в 34 сегментах, где в основном отсутствовал диакритический знак тильды, как в словах *mas*, вместо *más*, *futbol*, вместо *fútbol*, *el* вместо *él*. Для его постановки необходимо больше времени, поэтому для экономии времени болельщики чаще всего его не ставят.

Далее следуют пунктуационные ошибки. Больше всего знаков в конце предложения было упущено у англоговорящих болельщиков, в 134 комментариях, у русскоговорящих (109) и испаноговорящих (111) болельщиков было допущено примерное одинаковое количество ошибок. Отсутствие знаков препинания в конце предложения является самой частой ошибкой из всех вышеперечисленных, однако, принимая во внимание специфику интернет-коммуникации и стремление быстро выразить эмоции радости в комментариях, такое допустимо и существует тенденция к замене

классических знаков препинания эмоджи или символами, обозначающими эмоцию. Помимо этого, в ряде комментариев отсутствовали запяты. Чаще всего данную ошибку допускали англоговорящие болельщики. В 93 сегментах русскоговорящие болельщики пропускали запятую в 56 комментариях, а меньше всего данную ошибку совершали испаноговорящие пользователи – в 31 сегменте. Отсутствие запятых у всех групп болельщиков преобладало в обращениях к команде или спортсмену. Кроме того, нами было выявлено отсутствие пробела или лишний пробел. Данная ошибка в электронной пунктуации превалировала в 30 комментариях у русскоговорящих болельщиков, реже всего ошибку допускали англоговорящие болельщики – в 3 сегментах, испаноговорящие пользователи – в 6. Далее будут описаны пунктуационные ошибки, характерные для испаноязычных постов, где восклицательный и вопросительный знаки ставятся в начале (перевернутый знак) и в конце предложения (обычный знак), но в интернет-коммуникации в начале предложения их обычно опускают, для того чтобы сэкономить время. В комментариях болельщиков мужских видов спорта было выявлено 24 сегмента, где данное правило пунктуации было нарушено.

Таким образом, проведя анализ 750 комментариев болельщиков мужских видов спорта в социальных сетях, мы обозначили общие и специфические черты выражения эмоции радости. В самом начале было подсчитано среднее количество эмоджи, слов и восклицательных знаков в одном комментарии, для того чтобы определить степень эмоциональности и экспрессивности в тексте. По ходу анализа мы выявили вербальные, паравербальные и невербальные средства. Также нами были зафиксированы орфографические и пунктуационные ошибки с целью определить, насколько сильными были эмоции радости у болельщиков, которые были вынуждены допускать ошибки и опечатки.

2.2. Феминные виды спорта: специфика вербальных, паравербальных и невербальных средств объективации радости в дискурсе болельщиков

Специфика средств выражения эмоции радости болельщиков феминных видов спорта анализируются на материале комментариев в социальных сетях на русском, английском и испанском языках за период 2016-2019 год. Всего было отобрано 750 сегментов. В ходе исследования был использован метод количественной подстановки для выявления основных средств объективации эмоции радости с последующим составлением диаграмм и составительно-сопоставительным анализом единиц. Феминный спорт был представлен такими видами спорта, как фигурное катание, художественная гимнастика и синхронное плавание.

Исследование комментариев болельщиков в социальных сетях показало, что все средства выражения эмоции радости можно классифицировать на вербальные, паравербальные и невербальные.

В начале исследования было рассчитано среднее количество слов и восклицательных знаков в одном комментарии. Так, наибольшее среднее количество слов в комментарии было выявлено у англоговорящих болельщиков – 4,8 слова, а наименьшее количество слов в среднем использовали испаноговорящие болельщики – 2,6 слова в одном сегменте. Такая разница объясняется тем, что у англоговорящих пользователей была тенденция распространять предложения, конкретизируя и дополняя сказанное, в то время как испаноговорящие болельщики старались сэкономить время и поздравляли, хвалили спортсменов без дальнейшего распространения предложений, используя альтернативные средства для выражения эмоций – эмоджи и восклицательные знаки.

Среднее количество использованных знаков восклицания преобладало в комментариях на русском языке – 2,4 знака в сегменте, что указывает на высокую степень эмоциональности и экспрессивности у данной группы болельщиков. Наименьшее среднее количество было зафиксировано у

испаноговорящих болельщиков – 1,1 знака в одной комментарии, хотя ожидалось, что в среднем знаков восклицания будет больше из-за высоко эмоциональной культуры испаноговорящих стран.

Основываясь на данных синтаксических показателях, самыми эмоциональными являются русскоговорящие болельщики, в комментариях которых содержалось большее количество восклицательных знаков. Менее эмоционально себя проявляли англоговорящие и испаноговорящие болельщики, где в среднем в одной комментарии был зафиксирован 1 знак восклицания. Что касается объема комментария, то англоговорящим болельщикам потребовалось наибольшее количество слов для объективации эмоции радости, когда испаноговорящие пользователи стремились отреагировать на спортивные события быстро и лаконично.

2.2.1. Вербальные средства объективации эмоции радости

В ходе анализа нами было выявлено 9 основных языковых средств, их общие и специфические черты для русскоговорящих, англоговорящих и испаноговорящих болельщиков феминных видов спорта.

Лодатив. В комментариях на русском языке было выделено 189 лодативов, на английском языке 151, на испанском 161, где преобладали качественные прилагательные, существительные и наречия [ПРИЛОЖЕНИЕ Р]. В основном похвала была адресована спортсменкам, их выступлениям и тренерам. У всех групп болельщиков были отмечены прилагательные со схожим значением – это позитивно-оценочные прилагательные: *невероятный, fabulous, incredible, increíble, enorme*;

107) *Вы невероятные умницы, поздравления и гордость! И так красиво, и столько труда. Спасибо!*

108) *You were fabulous Bradie! Congrats on a very successful Grand Prix! Your SP is my favorite- you perform it so beautifully!* ❤️😊👏🏆

109) *Congrats angel! You were **incredible**, I am so happy to have watched you perform and met you, thank you so much for taking a minute to talk!*

110) ***Increíble** la super final, te mereces esto y mucho más 🍷💪. A seguir luchando 🍀*

111) *Eres **enorme** Natalia!! 🍷💪❤️*

великолепный, gorgeous, magnificent, magnífico;

112) *Спасибо Вам, Сашенька, за Ваш труд, за Ваше рвение, за красоту и энергию, которой Вы одариваете всех своим **великолепным** катанием 🍷💪❤️👍🍷.*

113) ***Gorgeous**, talented and smart! It's a pleasure to watch you skate!*

114) *That was **magnificent**! Very elegant, stylish, refined 'suprematist' programs, well-delivered. Go, Bradie! Step-by-step, straight to Torino! 💪*

115) ***Magnífico** . Muchas Felicidades 🍷💪💪💪💪*

красивый, прекрасный, beautiful, guapa, linda, hermosa;

116) *Самые милые и **красивые** ❤️ Успехо и Победы Вам девочки!!!!*

117) *ПОЗДРАВЛЯЮ!!! УРА!!! НАШИ РУСАЛОЧКИ **ПРЕКРАСНЫЕ***
🍷🍷🍷

118) *Congratulations, Bradie! Great job! You are a **beautiful** figure skater!*

119) ***Guapaaaaaaa** y preciosa y gran equipooooo*

120) ***Linda** sonris*

потрясающая, stunning, fantastic, awesome, brutal;

121) *Поздравляю с **потрясающими** победами!! Успеха в комбинированной программе! Вы самые лучшие! 🍷💪💪💪💪💪*

122) ***Stunning** performances! Great job!*

123) *Bradie, you were **fantastic** these last two competitions! I was so impressed by your growth and your fighting spirit!*

124) *The best program I have ever seen! You were so **awesome**! 💪💪💪*

125) ***Brutal** 🍷🍷🍷🍷🍷🍷*

прелестная, captivating, pretty, bonita;

126) *Браво девочки ! **Прелестные** наши девочки*

единицы, как *молодчинка*, *умничка*, *трудожски*, *крутышки*, *талантище*, *прелесть*, *красоточки*.

155) *Молодчинка!* ❤️ Поздравляю от души! 🌹

156) *Умничка Саша, сильная и талантливая фигуристка!!!*

157) *Светланка) Вы просто зайки) трудожски!!!!!!* 👍👍❤️🌸

158) Поздравляю 👍👍👍👍👍👍 *Крутышки* 🤝

159) *Талантище* 🍌❤️

160) *Щербакова - прелесть. Точеная, легкая как пушинка*

161) ❤️ *Красоточки!* 🎉🎉🎉

Как можно заметить, в существительных преобладали диминутивы, а также слова с увеличительным суффиксом. Что касается наречий, то у русскоговорящих пользователей было отмечено больше всего наречий: *достойно*, *грандиозно*, *выразительно*, *музыкально*, *великолепно*.

162) *Молодец, Маша! Собралась и достойно откатала.*

163) *Вау, грандиозно !!!!!!!*

164) *Ну здорово же! И музыкально, и выразительно, и прыжки мощные (ребра я даже не успела заметить), и скорость показалась высокой(я не спец), и хореография интересная, и сама Серафима артистичная!*

165) *Ты каталась великолепно! Удачи !* 🔥🔥🔥❤️❤️❤️🍌🍌

У англоговорящих пользователей использовались наречия *beautifully* (прекрасно), *breathtakingly* (поразительно), у испаноговорящих пользователей *bien* (хорошо, отлично).

166) *You skated beautifully these past competitions! Best of luck this season! You're on fire!* 🔥

167) *Your performances were amazing and breathtakingly beautiful! You are such a talented skater and spinner (that speed and elegance!!!). Great job and thank you for repping USA!* 🍌🍌👍🎉

Кроме того, в ходе исследования нами были выявлены концептуальные метафоры с областью-источником и областью-цели. Область-цель была

положительная оценка происходящего. Общей областью-источником являлась религия, примерами на русском языке являлись *ангелы*, *богини*, на английском языке *angel* (ангел), на испанском языке *diosa* (богиня) и *ídola* (идол), что подчеркивает важное место в религии в данных лингвокультурах [ПРИЛОЖЕНИЕ Г, Д, Е].

168) *Девочки. Такие девочки. Вы - неземные! Ангелы!!!* 🙌🙌🙌🙌🙌🙌
🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌🙌 *СПАСИБО!!! Поклон Татьяне Николаевне и всему тренерскому штабу и всей команде!!!*

169) *Поздравляяяяююю! Богини!* 🌟🙌🎉🎉🎉🎉🎉🎉

170) *Congrats angel! You were incredible, I am so happy to have watched you perform and met you, thank you so much for taking a minute to talk!*

171) *Diosa!* 🙌🙌

172) *Perfecta Sara....eres mi IDOLA* 🙌❤️

Отличительными областями-источниками у русскоговорящих болельщиков были небесное тело (*звезда*), драгоценный металл (*золото*), мифическое существо (*русалки*).

173) *Сашка звезда!*

174) *Ты наше золото!* ❤️ *Спасибо тебе большое! Не смотря ни на что, ты большая умница!* 💕

175) *Спасибо вам! Пятикратные золотые русалки!*

У англоговорящих пользователей специфичных областей-источников не было отмечено, а у испаноговорящих болельщиков отличной от всех областей-источников было техническое приспособление (*maquinas* – машины).

176) *Sois unas maquinas con un enorme!!!!!! AUPA RITMO!!!!!!!*

Междометие. В комментариях на русском языке было проанализировано 25 случаев употребления данной части речи, на английском языке 24, на испанском языке 11 [ПРИЛОЖЕНИЕ Р]. В ходе исследования междометия были классифицированы на: эмоциональные, этикетные и заимствованные. У всех болельщиков преобладают

эмоциональные междометия, примеры на русском *ура*, *аааа*, *еее*, примеры на английском *wow*, *уау*, *oh*, *YAS*, *WOOOOOOOOO*, а примеры на испанском *bravo*, *oleeee*, *уу.уу*.

177) Поздравляю, Маруся, **ураааа** 🙌🙌😊😊👍👍

178) **Аааа** 🍷🍷🍷 *красавицы* ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️ *Сашуля, ты невероятная!!!*

179) Звездочка на сцене, **еее** 🌸🌸

180) **Wow**, that's impressive!

181) **YAYYYYYY GO BRADIE** 😄🔥

182) **Oh Bradie**, that was captivating! Especially your short program spoke to me. 😊❤️

183) **YAS!! Congrats!!** ❤️

184) **LETS GO BRADIE WOOOOOOOOO LOVE U B** 🍷🍷🍷

185) **Bravo** 🍷🍷🍷 *sois las mejores* 🌸👑 *y gracias por emocionarnos tanto en este deporte* ❤️❤️❤️❤️

186) **Oleeee felicidades** 🍷🍷🍷

187) **Уу.уу.preciosa** 😘😘😘

Этикетными междометиями у русскоговорящих болельщиков являлись *спасибо*, у англоговорящих болельщиков *thanks*, у испаноговорящих болельщиков *gracias*.

188) **спасибо** за ваши выступления, они прекрасны ❤️ желаю удачи!

189) **Thank** you! We love you! Your skating is amazing ❤️

190) *Sin duda las mejores! Gracias por hacernos disfrutar con vuestros ejercicios*

Заемствованные междометия были выявлены только у русскоговорящих пользователей, например, *bravo* из итальянского языка и *уау* из английского языка.

191) **Браво** девчонки ! Прелестные наши девчонки

192) **Вау**, грандиозно !!!!!!!

испаноговорящие и англоговорящие болельщики благодарили только спортсменов. Благодарность выражали за выступления и подаренные эмоции.

Речевой жанр призыва. У русскоговорящих болельщиков был выявлен 21 случай употребления, у англоговорящих болельщиков – 23, у испаноговорящих болельщиков – 15 [ПРИЛОЖЕНИЕ Р]. Русскоговорящие пользователи призывали спортсменов добиваться новых побед и радовать своими выступлениями дальше, в то время как англоговорящие пользователи побуждали бороться, не сдаваться и продолжать работать дальше, а испаноговорящие пользователи призывали спортсменов исполнять свои мечты.

202) *У тебя все получится! Ура! С победой! Мы в тебя верим ! **Вперёд к новым вершинам!*** 🌹

203) *Сашкаа 😍 как я рада! Поздравляю ❤️ Очень классные программы, тебе так идут это что-то невероятное 😊 **Продолжай радовать** нас такой красотой и дальше 🙌*

204) *You were amazing! **Keep fighting*** 💜💜💜💜

205) *Aaah so happy for youuu. You are doing amazing! **Keep it up and never give up!!*** 💕

206) *Muchas felicidades!! 🎉 **Sigue esforzándote y cumpliendo tus sueños*** ❤️

В основном превалировали глаголы в повелительном наклонении, в сегментах на русском *держатъ, продолжать*, в сегментах на английском языке *let's go, to keep, to keep up, to go*, а в сегментах на испанском языке *ir* и *seguir*. В качестве примеров у русскоговорящих болельщиков выступали такие высказывания, как *Продолжай радовать нас такой красотой и дальше, Дерзайте дальше* у англоговорящих болельщиков – *Keep fighting, Let's go, Keep up the great work*, у испаноговорящих болельщиков – *Vamos chicas, Sigue así*.

Речевой жанр признания в любви. В сегментах на русском языке было проанализировано 6 случаев, на английском языке – 24, на испанском языке – 20 [ПРИЛОЖЕНИЕ Р]. Все болельщики выражали любовь либо к

команде, либо к конкретным спортсменкам. Общими единицами для выражения любви у всех болельщиков являлся глагол *любить*, *to love*, *amarar*, *querer*.

207) *Люблю Женя лучшая* 🥰🥰🥰 *Желаю победы* 🙏

208) *I LOVE U ANDREAAAA IM SO PROUD*

209) 🥰🥰 *¡! felicidades te amo*

210) *Enhorabuena eres la mejor* 🍷🍷🍷🍷🍷🍷 *te quiero mucho* 🥰🥰

Отличительной единицей у русскоговорящих пользователей являлся глагол *обожать*, указывающий на крайнюю степень проявления любви, у англоговорящих пользователей выражение *to fall in love* (влюбиться), у испаноговорящих пользователей глаголы *gustarse/encantar* (нравиться).

210) 🥰🥰🥰🥰🥰🥰 *Сашуля я тебя обожаю* 🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰🥰

211) *Beautiful!!! You deserve the first place I'm falling in love with your programs*

212) *Me gustáis mucho* 🥰🥰

213) 🥰🥰🥰🍷🍷 *me encanta*

Речевой жанр свидетельствования. Свидетельствование использовалось для выражения эмоционального состояния гордости за спортсменок. Отличительной чертой было то, что данный жанр был выражен только у русскоговорящих и англоговорящих болельщиков, которые гордились спортсменками и сборной. В сегментах на русском языке было зафиксировано 8 случаев использовали существительное *гордость* и глагол *гордиться*.

214) *Большая молодец!!! Гордимся тобой!*

215) *Вы невероятные умницы, поздравления и гордость! И так красиво, и столько труда. Спасибо!*

В сегментах на английском языке было зафиксировано 9 случаев использовали прилагательное *proud* (гордый) [ПРИЛОЖЕНИЕ P].

216) *congrats bradie!* 🥰💖 *you were amazing! so proud of youuuu*

Речевой жанр пожелания. У русскоговорящих болельщиков было зафиксировано 16 случаев употребления, у англоговорящих болельщиков 1, у испаноговорящих болельщиков 1 [ПРИЛОЖЕНИЕ Р]. В комментариях на английском и испанском языках желали удачи спортсменкам, в то время как в комментариях на русском языке желали не только удачи, но и побед и успехов, достижения целей.

217) *You skated beautifully these past competitions! **Best of luck** this season! You're on fire!* 🔥

218) ***Muchas suerte** Sara!!! Vais a triunfar* ❤️

219) *Сашенька молодец , **дальнейших успехов** тебе красавица*

Таким образом, нами были выявлены вербальные средства выражения эмоции радости, за исключением псевдоинвективов, которые были зафиксированы исключительно в речи болельщиков маскулильных видов спорта.

2.2.2. Паравербальные средства

Заглавные буквы. В комментариях на русском языке было выявлено 17 случаев употребления заглавных букв для написания слов, на английском – 26, на испанском – 9 [ПРИЛОЖЕНИЕ Р]. Заглавные буквы в интернет-коммуникации используются для обозначения повышения голоса в определенных частях высказывания. У русскоговорящих и испаноговорящих болельщиков прописные буквы преобладали в лодативах для усиления похвалы, например: *УМНИЦА, ВЫ КОРОЛЕВЫ СИНХРОННОГО ПЛАВАНИЯ, ЧЕМПИОНЫ, МОЛОДЦЫ, LINDAS (ПРЕКРАСНЫЕ), IDOLA (ИДОЛ), LA MEJOR (ЛУЧШАЯ)*. У англоговорящих болельщиков заглавные буквы превалировали в обращении к спортсменкам, чьи выступления порадовали болельщиков больше всего, к примеру, *BRADIE* и *FARIDA*.

Графический иконизм. Серия гласных или согласных звуков указывает на продолжительность крика при выражении запредельных

эмоций радости. Русскоговорящие болельщики использовали данное паравербальное средство в 14 сегментах, англоговорящие пользователи в 21 сегментах, а испаноговорящие – в 31 [ПРИЛОЖЕНИЕ Р]. В сегментах на русском и английском языках графический иконизм превалировал в междометиях, к примеру, *eee, урааа, аааа* на русском языке, *YAYY, Aaah, Wooooow, WOOOOOOOO*. А в комментариях на испанском языке чаще всего графический иконизм использовали в лодативах, например, *preciosaaaa, samreonaaa, bonitaaaa*. В ряде сегментов для усиления эмоции радости болельщики комбинировали иконический иконизм с прописными буквами.

2.2.3 Невербальные средства

Эмоджи. Общий объем эмоджи у русскоговорящих болельщиков составил 863, у англоговорящих болельщиков – 374, у испаноговорящих болельщиков – 596 [ПРИЛОЖЕНИЕ Л, М, Н]. Тем самым среднее количество эмоджи было выше в сегментах на русском языке – 4 эмоджи в одном комментарии, наименьшее среднее количество было выявлено в сегментах на английском языке, 1,7 эмоджи в одном сегменте, в сегментах на испанском языке среднее количество эмоджи – 2,4. Все представленные эмоджи были классифицированы на следующие категории: смайлики и люди, символы, животные и природа, еда и напитки, активность, предметы, путешествия и местности и флаги. Общей чертой было то, что у всех болельщиков превалировала категория «смайлики и люди» со смайликами и жестами. Меньше всего у русскоговорящих и англоговорящих болельщиков были представлены эмоджи из категории «еда и напитки», по одному эмоджи у каждой группы болельщиков. У испаноговорящих болельщиков меньше всего эмоджи принадлежало к категории «флаги» – 4 эмоджи. В сегментах на русском языке были использованы эмоджи из всех категорий, в сегментах на английском языке отсутствовали эмоджи из категории «путешествия и

местности», в сегментах на испанском языке из категории «путешествия и местности» и «еда и напитки» [ПРИЛОЖЕНИЕ Л, М, Н].

Далее рассмотрим общие и специфичные эмоджи в каждой категории у всех групп болельщиков. Общие эмоджи были следующие:

1. Радость на 32 зуба 😁, смотреть влюбленными глазами 😍, воздушный поцелуй 😘, улыбающееся лицо в благоговении 😇, большое счастье 😄, аплодисменты 🙌, удача 🍀, молитва 🙏, сила 💪, ОК 🍷, корона 👑, влюбленный кот 😻 (смайлики и люди);

2. Желтое сердце 🟡, красное сердце ❤️, два сердца 💕, сияющее сердце 💖, вращающиеся сердца 🌀, растущее сердце 🌱, 100 баллов 🏆 (символы);

3. Роза 🌹, огонь 🔥, блестящий ✨ (животные и природа);

4. Конфетти 🎉, праздник 🎊 (предметы);

5. Медаль за первое место 🥇, медаль за второе место 🥈, кубок 🏆 (активность).

Эмоджи, характерные для конкретной группы болельщиков, представлены в большем объеме, что указывает на разный характер проявления эмоции радости у исследуемых лингвокультур. У русскоговорящих болельщиков были выявлены такие специфичные эмоджи:

1. Подмигивать 😏, поцелуй 😘, очень большой страх 😱, радость до холодного пота 😓, женский знак одобрения 👍, женщина хочет спросить 🙋, вечеринка 🎉, жест победы 🙌, Вопрос! 🗨️, женские туфли 👠 (смайлики и люди);

2. Гибискус 🌺, единорог 🦄, тропическая рыба 🐟, звезды вокруг – головокружение 🌀, солнце ☀️, взрыв 💣, горящая звезда 🌟, голубь, несущий оливковую ветвь 🕊️ (животные и природа);

3. Подарок 🎁 (предметы);

У англоговорящих пользователей отличными от остальных были следующие эмоджи:

1. Горе 😞, рыдаю взахлеб 😭, открытая радость 😄, крайне открытая радость 😁, невероятная радость 😄, улыбающееся лицо с нимбом 😄, легкая улыбка 😊, глаза 👁️ (смайлики и люди);

2. Медаль за третье место 🏅 (активность);

3. Открытая бутылка шампанского 🍾 (еда и напитки);

4. Флаг США 🇺🇸, флаг Канады 🇨🇦, флаг Финляндии 🇫🇮 (флаги).

У испаноговорящих болельщиков отличительными эмоджи стали:

1. Поцелуй с радостью 😘, улыбающееся лицо с сердечками 😍, проявления желания или слюнки текут 😋, глупая шутка 😜, сумасшедшее лицо 🤪, женщина танцует 💃, ангелок 🧚, рокерская коза 🤘, беспокойство – скрестить пальцы на удачу 🤞 (смайлики и люди);

2. Вверх! 📈 (символы);

3. Росток 🌱, звезда ✨, дельфин 🐬 (животные и природа);

4. Гимнастка 🤸 (активность);

5. Бант 🎀 (предметы);

6. Флаг Испании 🇪🇸 (флаги).

Специфика эмоджи у всех болельщиков наблюдалась в разнообразии смайликов, так как присутствовали не только смайлики радости, но и страха, беспокойства, даже горя. Тем самым эмоция радости у болельщиков сопровождалась другими эмоциональными состояниями.

2.2.4 Пунктуационные и орфографические ошибки

Болельщики, выражая эмоцию радости в социальных сетях, часто допускали ошибки правописания или пунктуации. Мы предполагаем, что таким способом пользователи придают текстам форму устной и неформальной коммуникации. Кроме того, чем сильнее эмоции, тем больше ошибок в комментариях. Проанализировав ошибки, мы распределили их в орфографические и пунктуационные.

С точки зрения орфографии, русскоговорящие болельщики не допустили ни одной ошибки в правописании имен собственных, испаноговорящие болельщики сделали одну ошибку, в то время как англоговорящие болельщики совершили данную ошибку больше всех – 9 раз, к примеру в таких единицах, как *vermoline*, *bradie*, *ashley*, *vero*. В сегментах на испанском языке превалировала ошибка в написании начала предложения со строчной буквы – 23 комментария, в сегментах на английском языке было выявлено 16 комментариев и меньше всего у русскоговорящих болельщиков – 15 комментариев. Что касается правильного написания слов, наименьшее количество ошибок допустили русскоговорящие пользователи, нами было отмечено 2 случая в словах *Успехо* и *Дольшейших*, англоговорящие болельщики допустили 16 ошибок, чаще всего упуская апостроф, к примеру, *Your (You're) the best*, *Lets (Let's) go*. У испаноговорящих болельщиков было выявлено больше всего случаев – 21. Ошибки превалировали в постановке тильды, либо в опечатках. Примерами могут послужить такие единицы, как *Que (qué) bonita Cómo (como) siempre*, *nhorabuena (Enhorabuena)*, *trabajp (trabajo)*.

Далее следуют пунктуационные ошибки. Больше всего знаков в конце предложения было упущено у испаноговорящих болельщиков – 160 комментариев, меньше всего у русскоговорящих болельщиков – 85 сегментов, у испаноговорящих болельщиков было зафиксировано 100 комментариев. Упущение знаков препинания было самой частотной ошибкой, но в интернет-коммуникации завершение предложений постановкой знаков препинания не обязательно, приближая его к живому общению и все чаще вместо знаков препинания используют смайлы. Кроме того, в некоторых сегментах явно отсутствовали запяты. Отсутствие запятых преобладало в комментариях на английском языке – 66 случаев, меньше всего ошибок допустили русскоговорящие болельщики – 30 случаев, у испаноговорящих болельщиков было отмечено 45 случаев. Запяты в основном отсутствовали при обращении, либо перечислении. Помимо этого,

были зафиксированы лишние пробелы или их отсутствие, преобладающие у русскоговорящих болельщиков, где был выявлен 31 случай, меньше всего данную ошибку допустили англоговорящие болельщики – 5 случаев, испаноговорящие упустили или поставили лишний пробел в 17 комментариях. Наконец, нами была выявлена ошибка в постановке перевернутого восклицательного знака в начале предложения у испаноговорящих болельщиков. Всего был зафиксирован 81 случай. Постановка дополнительного знака восклицания в начале предложения требует времени, поэтому в большинстве случаев болельщики не придерживались данного правила пунктуации.

Подводя итог, отметим, что в ходе нашего исследования было проанализировано 750 комментариев болельщиков феминных видов спорта в социальных сетях, где были обозначены общие и отличительные черты объективации эмоции радости. Сначала было подсчитано среднее количество эмоджи, слов и восклицательных знаков для определения степени эмоциональности и экспрессивности в тексте. Затем все использованные средства были классифицированы на вербальные, паравербальные и невербальные. Наконец, в сегментах были проанализированы орфографические и пунктуационные ошибки для того, чтобы определить интенсивность эмоции радости у болельщиков, вынужденных допускать ошибки в тексте.

2.3 Сравнительный анализ средств выражения эмоции радости у болельщиков маскулильных и феминных видов спорта

Изучение комментариев болельщиков маскулильных и феминных видов спорта в социальных сетях позволило выделить их сходства и различия на лексическом, жанровом уровнях речевой реализации, а также на паравербальном и невербальном уровнях.

Лексический уровень. В сегментах болельщиков феминных видов спорта отсутствовала грубая лексика, что является типичной языковой чертой женской речи. Болельщики маскулинных видов спорта использовали псевдоинвективы, выражая запредельные эмоции радости, но учитывая особенности политики социальных сетей, грубая лексика преобладала не так часто во избежание удаления комментария или блокировки пользователя.

Речевой жанровый уровень. Сравнив реакции болельщиков маскулинных и феминных видов спорта в социальных сетях, мы обнаружили, что не у всех болельщиков были зафиксированы речевые жанры свидетельствования и пожелания. Так, у англоговорящих любителей маскулинного вида спорта и у испаноговорящих любителей феминных видов спорта не был выявлен речевой жанр свидетельствования. Пожелания отсутствовали у русскоговорящих и англоговорящих болельщиков маскулинного спорта.

Паравербальные средства. Кроме того, в комментариях типично маскулинных видов спорта преобладали дополнительные паравербальные средства для передачи экспрессивности в виде заглавных букв и графического иконизма, передавая силу и продолжительность крика. Любители феминных видов спорта использовали символ @ вместо привычной буквы a, возможно для привлечения внимания, так как слова заметно выделяются на фоне остальных. Данная особенность была отмечена у испаноговорящих болельщиков феминных видов спорта.

220) *Gracias a vosotr@s por el maravilloso espectáculo que hemos visto.*

221) *Felicidades a tod@s* 

Помимо этого, символ «собачка» использовался в качестве отсылки на аккаунт определенного пользователя.

Комментарий англоговорящего болельщика маскулинного вида спорта:

222) *I LOVE YOU @marcosalonso28* 

Комментарий англоговорящего болельщика феминного вида спорта:

223) *Congrats @veronikmallet!!* 

Комментарий испаноговорящего болельщика феминного вида спорта:

224) *Habéis estado impresionantes en todas las rutinas, tanto @spanishsynchroteam como en el dúo con @pauribes_sincro.*

Сравнительный анализ показывает, что в комментариях болельщиков феминных видов спорта преобладали диминутивы при обращении к спортсменкам, например, *Сашенька, Женька, Анечка, Светланка, Машенька, Алёнушка, Лизонька, красотулечка, молодчинка, wifey* (лапочка), *Lexi, Sarita corazón* (солнышко) и т. д. Важно отметить В комментариях болельщиков маскулинных видов спорта уменьшительно-ласкательных слов было выявлено значительно меньше из-за специфики спорта, для которого характерна физическая сила, выносливость и грубость. Примерами могут послужить единицы *умнички, коняшки, Джанчик, ребятки, молодчинки, Willy.*

Помимо этого, нами были зафиксированы единицы с увеличительными аффиксами, для того чтобы подчеркнуть мощь и силу спортсменов и спортсменок. Примеры у болельщиков женских видов спорта *супермегагинер крутые, талантище, equirazo* (командище). Болельщики маскулинных видов спорта использовали такие лексемы, как *Фарфанище, equirazo, golazo* (голище).

Кроме того, у пользователей маскулинных видов спорта были выявлены различные прозвища команд и тренеров, например, *армейцы* (ЦСКА), *красно-белые* (Спартак), *красной-синий* (ЦСКА), *паровозы* (Локомотив), *красно-зеленые* (Локомотив), *мясо* (Спартак), *Caps* (Washington Capitals), *Pens* (Pittsburgh), *Reds* (Manchester United), *el Cholo* (индеец), *los colchoneros* (матрасники). Тем самым можно предположить, что болельщикам маскулинных видов спорта важна символика команд.

В ходе сравнительно-сопоставительного анализа выяснилось, что болельщики часто писали в комментариях кричалки или лозунги для команд, в частности, это касается любителей футбола. В сегментах на русском языке были выявлены следующие примеры:

225) *Чемпионы!!! Чемпионы!!! Оле! Оле! Оле!*

226) *Спасибо, парни!!! Красавцы!!! ЦВБП !!!* 🍷🍷🍷

ЦВБП расшифровывается как «ЦСКА всегда будет первым».

227) *Красавцы!!! Джанчик-красава!! Пас конфетка!! Жаль что сам не забил сегодня. С победой КБ!! #МыМясоВсехСильней!* 🍷🍷🍷

228) *Всех с победой армейцы! 🍷 спасибо парни за эмоции проявленный характер за борьбу в первой части сезона! ❤️💙🍷 Бекао здоровья! 🍷 вперед армейцы за новыми победами! вы лучшие и лучший клуб в России! ❤️💙👍 красно-синий самый сильный! 🍷 верим в команду! 🍷🍷🍷 ЦВБП! ❤️💙*

Однако у испаноговорящих болельщиков феминных видов спорта была также зафиксирована традиционно футбольная кричалка, хотя среди женственных видов спорта футбол не был представлен. Это говорит о том, что привычная кричалка Оле-оле-оле используется уже во многих видах спорта.

229) *Ole ole ole* 🍷🍷

Отметим также, что в речи болельщиков присутствовал сленг, разговорные слова и вульгаризмы, которые придавали электронной коммуникации неформальность и описывали события более экспрессивно. Так, любители маскулинных видов спорта использовали жаргонизмы *красава* в качестве одобрительного высказывания, *топ* и *огонь* как нечто крутое, *на классе* – победить за счет мастерства, *офигенно* – великолепно, *on fire* – разговорное выражение «в ударе».

230) *Красавцы!!! Джанчик-красава!! Пас конфетка!! Жаль что сам не забил сегодня. С победой КБ!! #МыМясоВсехСильней!* 🍷🍷🍷

231) *Топ*

232) *Барселона огонь*

233) *С победой!* 🍷🍷 *На классе, как говорится* 🍷

234) *Красавцы!!! офигенно С победой КБ!!!*

#МыМясоМыПорвемВсех!!! 🍷🍷

235) *Chamberlain On Fire*

Вульгаризмом являлась лексема *захреначить* – забить (мяч).

236) *Вот это захреначил так захреначил, пушка страшная*

Что касается комментариев болельщиков феминных видов спорта, нами были выявлены такие сленговые выражения, как *вынести в одну калитку* (без труда обыграть), *топчик* (нечто крутое), *kicking ass* (офигенный, отпадный).

237) *Поздравляю с безоговорочной победой 🎉 🎉 Вынесла всех в одну калитку 😊*

238) *Топчик! 😎*

239) *Good job! Kicking ass!*

Еще одной особенностью является тот факт, что при обращении к спортсменам и спортсменкам болельщики в ряде случаев обращались с явным почтением. Так, в сегменте русскоговорящих любителей маскулинных и феминных видов спорта было отмечено местоимение *Вы* как форма вежливого обращения к одному лицу, хотя в комментарии обращались к команде. Тем самым пользователи нарочито нарушали правило, чтобы выразить глубокое уважение.

240) *Ребята, **Вы** лучшие!!! Так держать 😊*

241) *Спасибо **Вам**, Сашенька, за **Ваш** труд, за **Ваши** рвение, за красоту и энергию, которой **Вы** одариваете всех своим великолепным катанием 🧡🧡🧡👍👍👍*

Что касается испаноговорящих болельщиков маскулинных видов спорта, то в комментариях было зафиксировано обращение к игроку при помощи слова *Don*. В испанском языке чаще всего так обращаются к высокопоставленным лицам, а также к людям пожилого возраста, проявляя особое почтение. На это указывает и полностью прописанное имя игрока.

242) ***DON LIONEL ANDRES MESSI CUCCITINI** el mejor jugador del mundo 🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆 INMESSIONANTE 🏀🏀🏀🏀🏀🏀🏀 🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆 MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI MESSI*

Сравнивая орфографические и пунктуационные ошибки, стоит отметить, что количество допущенных ошибок и опечаток у болельщиков

маскулинных видов спорта немного выше, чем у болельщиков феминных видов спорта. Это говорит о том, что любители феминных видов спорта старались придерживаться правил языка, несмотря на электронный формат общения, где ошибки вполне допустимы.

Наконец, в речи болельщиков феминных видов спорта присутствовала лексика с характерными женственными чертами наряду с маскулинными, что указывают на андрогинность спортсменок, которые должны обладать силой, выносливостью и целеустремленностью, чтобы добиться успехов.

Примеры на русском языке:

243) *Так гораздо симпатичней)) Очень **Изящная** Маша! Классный прокат!!*

244) *Щербакова - прелесть. **Точеная, легкая** как пушинка*

245) *Какая она **стильная!** 👍 Красотка 😍*

246) *Прекрасная девочка, **элегантная** фигуристка*

247) *Ну здорово же! И музыкально, и выразительно, и прыжки **мощные** (ребра я даже не успела заметить), и скорость показалась высокой(я не спец), и хореография интересная, и сама Серафима артистичная!*

248) *Женечка, ты **самая сильная** и лучшая!!!*

Примеры на английском языке:

249) *That was magnificent! Very **elegant, stylish, refined** 'suprematist' programs, well-delivered. Go, Bradie! Step-by-step, straight to Torino! 🍊*

250) *Congrats on a job well done, Bradie! 🍀👏🍀 Both programs, music, choreo, costumes are wonderful, must say, we love the tiara for a **true princess!** 💕
👑💕*

251) *Bradie, you were fantastic these last two competitions! I was so impressed by your growth and your **fighting spirit!***

252) *Thank-you for your Amazing performance 💕 You are beautiful & **strong princess** for me 🌸🌸 I was impressed 😊👍🌟*

Примеры на испанском языке:

253) *Hermosa!!!*

254) *LINDAS!!* ❤️😄

255) *Increíble la super final, te mereces esto y mucho más* ❤️💪. *A seguir luchando*

256) *Super bien . A seguir peleando.* 💕💕💕💕💕

257) *Sois unas **maquinas** con un* ❤️ *enorme!!!!!! AUPA RITMO!!!!!!!*

Анализ комментариев в социальных сетях показывает, что речь болельщиков маскулинных и феминных видов спорта содержит различные вербальные, невербальные и паравербальные средства эмоциональности и экспрессивности. В сегментах любителей маскулинных видов спорта присутствовала грубая лексика для демонстрации сильных эмоций, преобладали заглавные буквы и графический иконизм как показатель сильного и продолжительного крика. Кроме того, у пользователей данных видов спорта превалировали прозвища, лозунги и кричалки.

У болельщиков феминных видов спорта преобладали диминутивы и увеличительные аффиксы и ошибок было выявлено заметно меньше. Также спортсменкам приписывали черты маскулинности, акцентируя внимание на силе, боевом духе и выносливости спортсменов.

Стоит отметить специфику объективации эмоции радости в изучаемых лингвокультурах. Так, болельщикам маскулинных видов спорта, принадлежащим к русской лингвокультуре, в среднем понадобилось больше лексических единиц для выражения радости, так как болельщики акцентировали внимание на деталях происходящих спортивных событий. Кроме того, у русскоговорящих болельщиков отмечаем высокую частотность восклицательных знаков, разнообразие паравербальных и вербальных средств, что указывает на высокую степень эмотивности и экспрессивности. Англоговорящие любители маскулинных видов спорта использовали меньше слов и восклицательных знаков, стараясь выразить эмоции более лаконично. У представителей испанской лингвокультуры была выявлена склонность к использованию неязыковых средств для выражения эмоции радости, ведь

смайлы уже заключают в себе различные эмоциональные состояния, что существенно сокращает время в интернет-коммуникации. Наконец, несмотря на особенности коммуникации в интернет-пространстве, где допускаются ошибки, более грамотной речь была у русскоговорящих болельщиков, в то время как представители английской и лингвокультуры нередко совершали ошибки правописания и пунктуации. Это свидетельствует о чрезвычайно высоком уровне эмоциональности у данной группы болельщиков.

Изучая отличительные черты выражения радости в разных лингвокультурах в дискурсе болельщиков женских видов спорта, мы пришли к выводу, что у представителей английской лингвокультуры была ярко выражена вежливость из-за избытка этикетных слов. Как и у болельщиков маскулинных видов спорта, у русскоговорящих любителей спорта были отмечены высокая степень грамотности, преобладание языковых средств выражения эмоции радости и использование восклицательных знаков для того, чтобы подчеркнуть свое эмоциональное состояние. Болельщики-представители испанской лингвокультуры, напротив, чаще пренебрегали правилами пунктуации и орфографии для экономии времени. Однако необходимо учитывать специфику испанского языка представителей Латиноамериканской лингвокультуры, в которой правила пунктуации и орфографии несколько отличаются от общепринятых языковых норм в Испании. У англоговорящих болельщиков наблюдалась высокая степень эмотивности и экспрессивности за счет использования паравербальных средств.

Таким образом, у болельщиков маскулинных и феминных видов спорта, принадлежащих к английской, испанской и русской лингвокультурам, были выявлены как схожие, так и специфические черты для выражения эмоции радости, реагируя на спортивные события в социальных сетях.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. Во второй главе настоящего исследования были описаны и проанализированы проявления эмоциональности в коммуникативном поведении русскоговорящих, англоговорящих и испаноговорящих болельщиков маскулинных и феминных видов спорта в социальных сетях. Нами были выявлены специфические и общие характеристики вербальных, невербальных и паравербальных средств объективации эмоции радости на материале комментариев в русскоязычных, англоязычных и испаноязычных социальных сетях, а затем был проведен сравнительно-сопоставительный анализ.

2. У болельщиков маскулинных и феминных видов спорта были отмечены следующие общие черты объективации эмоции радости в комментариях в социальных сетях:

a. использование схожих языковых средств: речевых жанров (поздравление, благодарность, призыв, признание в любви, свидетельство и пожелание), междометий и лодативов;

b. применение таких паравербальных средств, как заглавные буквы и графический иконизм для акцентирования отдельных сегментов;

c. присутствие различных эмоджи, изображающих различные эмоциональные состояния и предметы окружающего мира, являющиеся символами этих состояний;

d. наличие орфографических и пунктуационных ошибок в комментариях;

e. использование сленговых выражений как показателя неформального общения;

f. проявление глубокого уважения к спортсменам за счет использования этикетных способов проявления категории вежливости.

3. Одной из специфических черт выражения радости в комментариях у любителей маскулинных видов спорта являлось применение

псевдоинвектив для выражения запредельных эмоций, в частности, у русскоговорящих и испаноговорящих болельщиков. Что касается речевых жанров, то в речи англоговорящих болельщиков не были зафиксированы речевые жанры свидетельствования и пожелания, а у русскоговорящих любителей не был выявлен речевой жанр пожелания. Также в сегментах у всех групп болельщиков преобладали дополнительные паравербальные средства для усиления эмоции радости. Для любителей маскулильных видов спорта важна символика и традиции команд, поэтому часто использовались лозунги, прозвища команд и тренеров. Что касается невербальных средств, то у любителей маскулильных видов спорта преобладали эмоджи, демонстрирующие любимый вид спорта, например, мяч для европейского футбола, ворота, боксерская перчатка, клюшка и шайба для хоккея на льду, а также эмоджи животных и предметов, связанных с символикой команд.

4. У болельщиков феминных видов спорта также были зафиксированы отличительные характеристики объективации эмоции радости. Так, у всех болельщиков феминных видов спорта отсутствовала грубая лексика, возможно, из-за специфики спорта, в котором участвуют представительницы слабого пола. Помимо этого, специфичной чертой было наличие диминутивов в качестве средства для передачи нежных чувств. Примечательным был тот факт, что болельщики использовали увеличительные аффиксы и лексемы с маскулильными характеристиками для того, чтобы подчеркнуть силу и мощь спортсменок. Орфографических и пунктуационных ошибок было выявлено меньше по сравнению с болельщиками маскулильных видов спорта. Наконец, пользователи в большей степени применяли эмоджи цветов, женственных предметов, к примеру, туфли и бант.

5. Специфика болельщиков маскулильных видов спорта, представляющих разные лингвокультуры, заключалась в том, что у русскоговорящих болельщиков преобладали языковые и паравербальные средства выражения эмоции радости, у испаноговорящих преобладали

невербальные средства, англоговорящие болельщики ввиду высокого уровня эмотивности и экспрессивности совершили больше ошибок, задействовав при этом наименьшее количество лексических единиц.

6. Отличительными чертами болельщиков женских видов спорта и представителей разных лингвокультур являлись: изобилие языковых и неязыковых средств у русской лингвокультуры, преобладание паравербальных средств у английской лингвокультуры, склонность нарушать пунктуационные и орфографические правила у испанской лингвокультуры, включающие особенности испанского языка в Южной Америке.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование посвящено изучению особенностей вербальных, паравербальных и невербальных средств выражения эмоции радости в дискурсе болельщиков типично маскулинных и феминных видов спорта на материале комментариев в социальных сетях Вконтакте, Facebook, Twitter, Instagram и Taringa.

В ходе проведенной работы были выполнены следующие задачи:

1. Сначала мы определили и раскрыли такие понятия, как «дискурс» с его спецификой и типологией, «спортивный дискурс» и его ключевые характеристики, «эмоция» и ее основные черты и категории эмотивности и экспрессивности, «маскулинность», «феминность» и «андрогинность» и их проявление в языке, «социальная сеть», ее особенности и жанры.

2. Затем выявили взаимосвязь интернет-дискурса со сферой спорта и эмоцией. Так, спортивный дискурс подразумевает проявление сильных эмоций болельщиками во время и после просмотра спортивных событий, а интернет является основным пространством для объективации эмоций.

3. Следующими шагами были описание, сравнение и анализ ключевых вербальных, паравербальных и невербальных средств выражения эмоции радости типичных для болельщиков-представителей русскоговорящей, англоговорящей и испаноговорящей лингвокультур маскулинных и феминных видов спорта.

4. Болельщики маскулинных и феминных видов спорта в равной степени применяли различные речевые жанры, лодативы и местоимения, сленговые выражения, дополнительные графические приемы, а именно заглавные буквы и графический иконизм, которые характеризуют громкий и продолжительный крик. Помимо этого, использовались различные эмоджи. Были отмечены сегменты, в которых прослеживалась высокая степень уважения и вежливости при обращении к команде или отдельному игроку.

5. Специфика вербальных средств выражения эмоции радости у болельщиков маскулинных видов спорта заключалась в использовании псевдоинвективной лексики для придания речи экспрессивности. Высокой частотностью обладают также общепринятые прозвища членов команд, кричалки и лозунги. Более того, у данной группы болельщиков преобладали паравербальные средства для того, чтобы подчеркнуть запредельные эмоции. Наряду с этим любители маскулинных видов спорта применяли разнообразные эмоджи, в частности, демонстрирующие символы команд.

6. Отличительными чертами языковых приемов объективации эмоции радости у болельщиков женских видов спорта являлись диминутивы, увеличительные аффиксы, слова с маскулинными чертами, отсутствие псевдоинвективов, меньшее количество орфографических и пунктуационных ошибок.

7. Русскоговорящие болельщики маскулинных видов спорта чаще всего применяли вербальные и паравербальные средства для выражения эмоции радости, а испаноговорящие – невербальные. Болельщики-представители английской лингвокультуры, в свою очередь, стремились выразить эмоцию радости в более лаконичной форме, но допуская при этом больше ошибок.

8. Русскоговорящие болельщики женских видов спорта были склонны демонстрировать радость, используя невербальные средства – эмоджи. Что касается англоговорящей культуры, то у болельщиков были зафиксированы графический иконизм и заглавные буквы как показателя экспрессивности. Наконец, в испанской лингвокультуре также наблюдался высокий уровень эмоций за счет несоблюдения правил языка.

Перспектива дальнейшего исследования заключается в изучении особенностей объективации другой базовой эмоции человека в дискурсе болельщиков маскулинных и феминных видов спорта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аванесова Н.В. Эмоциональность и экспрессивность – категории коммуникативной лингвистики // Вестник Югорского государственного университета. 2010. Вып. 2 (17). С. 5–9.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Речь // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Научное издательство «Большая Российская энциклопедия», 2002. С. 136–137.
3. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека // Метафора в языке чувств / под ред. А.В. Бездидько. 2-е изд. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 385–399.
4. Архив номеров журнала «Отечественные записки» 2001 – 2014 годов [Электронный ресурс]. 2018. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya> (дата обращения: 11.02.2020).
5. Бабенко Л.Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Монография. Урал. Свердловск, 1989. 184 с.
6. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. 2-е изд. М.: Искусство, 1986. С. 250-296.
7. Блейн Н., Бойл Р. Спорт как жизнь: СМИ, спорт и культура // Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли; Пер. с англ. [Ю.В.Никуличева]. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 464–475.
8. Буянова Л.Ю., Нечай Ю.П. Эмотивность и эмоциогенность языка: механизмы экспликации и концептуализации. Монография. Флинта. Москва, 2016. 232 с.
9. Вежновец Е. Комментарии в социальных сетях: производство и воспроизводство интернет-дискурса // Современный дискурс-анализ

[Электронный ресурс] // URL: <http://discourseanalysis.org/ada15/st101.shtml>
(дата обращения 06.04.2020).

10. Гаджиева А.Д. Механизмы создания экспрессивности (на примере текстов выступлений англоязычных политических лидеров) // Политическая лингвистика. 2019. Вып. 4 (76). С. 66–72.

11. Галкина-Федорук Е.М. Об экспрессии и эмоциональности в языке // Сборник статей по языкознанию. М.: Наука, 1958. С. 103–124.

12. Горошко Е.И., Жигалина Е.А. Виртуальное жанроведение: устоявшееся и спорное // Вопросы психолингвистики. 2010. Вып. 12. С. 105–123.

13. Гришина Е.А. Русская жестикация с лингвистической точки зрения (корпусные исследования). Москва: Издательский Дом ЯСК: Языки славянской культуры, 2017. 744 с.

14. Ефимов Е.Г. Социальные интернет-сети (методология и практика исследования): учеб. пособие для вузов. Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2015. 69 с.

15. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010. 486 с.

16. Зильберт А.Б. Спортивный дискурс: точки пересечения с другими дискурсами (проблемы интертекстуальности) // Язык, сознание, коммуникация : сб. научн. трудов / под науч. ред. Красных В.В., Изотова А.И. Москва: Изд-во ООО «МАКС Пресс», 2001. С. 103–112.

17. Зотова А.Б. К вопросу соотношения категорий «эмоциональность», «эмотивность», «экспрессивность» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2010. Вып. 6 (50). С. 14–17.

18. Зубчинский И.В. Спортивный дискурс и средства массовой информации // Евразийский вестник гуманитарных исследований. 2015. Вып. 1 (2). С. 44-45.

19. Зуева Е.А. Эмоции как объект лингвистической исследований // Иностранные языки в профессиональном образовании: лингвометодический контекст : материалы межвуз. науч.-практ. конф. 2006. С. 148–154.
20. Изард К.Э. Психология эмоций / Перев. с англ. СПб: Питер, 2007. 464 с.
21. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. СПб: Питер, 2001. 752 с.
22. Казарина Н.Б. Лингвокультурные типажи в спортивном дискурсе // Материалы научной и научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма. 2015. С. 50–51.
23. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: сб. научн. трудов / под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2000. С. 5–20.
24. Качанов Д.Г., Шестерина А.М. Понятие спортивного телевизионного дискурса // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. Вып. 2. С. 97–99.
25. Кирилина А.В. Интернет-жанр "комментарий читателя" // Вестник московского городского педагогического университета. Серия: филология. Теория языка. Языковое образование. 2015. Вып. 1 (17). С. 67–76.
26. Кислицина Н.Н., Новикова Е.А. Спортивный дискурс в системе институциональных видов дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2017. Вып. 2 (26). С. 28–35.
27. Колмогорова А.В. Вербальные маркеры эмоций в контексте решения задач сентимент-анализа // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. Вып. 1 (54). С. 83–93.
28. Колмогорова А.В., Калинин А.А. Частотность и сочетаемость соматизмов в текстах различной эмоциональной тональности // Компьютерные и интеллектуальные технологии. 2018. Вып. 17. С. 317–330.
29. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика. Москва: Новое литературное обозрение, 2002. 592 с.

30. Кулакова К.А. Формы гендерных отношений и их проявления // Психология в экономике и управлении. 2013. Вып. 2. С. 131–135.
31. Макеев С.Н., Зейналов Г.Г., Макеев А.Н., Макеева Н.Н. «Смайл» как элемент интернет общения – современная интерпретация эмоций // Электронный научный журнал Современные проблемы науки и образования [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=20194> (дата обращения 21.04. 2020).
32. Максимова О.Б. Язык и интернет-коммуникации: общие закономерности и национально-культурные особенности (на материале русского и английского языков) // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2010. Вып. 3. С. 74–90.
33. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Омск, 2011. 48 с.
34. Мозговая А.О. Эмотивные маркеры интернет-коммуникации (на примере интернет-сервиса INSTAGRAM) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. Вып. 2-1 (68). С. 125–129.
35. Новикова И.Н., Хамидулина Л.Ю. К вопросу об особенностях мужской и женской речи // Наука и современность. 2013. Вып. 25 (2). С. 78–83.
36. Овчинникова И.Г. Коммуникация и идентификация в социальных сетях: факторы, типаж, национально-культурная специфика (на материале социальной сети твиттер) // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2013. Вып. 2 (22). С. 143–156.
37. Панкратова. О.А. Лингвосемиотические характеристики спортивного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2005. 23 с.
38. Пирс Ч.С. Что такое знак? / Перев. с англ. А.А. Аргамаковой // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2009. Вып. 3 (7). С. 88–95.

39. Плескач Ю.И., Власова Д.В., Смирнова А.В. Различие понятий «гендер» и «пол» в языке // Новое слово в науке: перспективы развития. 2016. Вып. 3 (9). С. 136–137.
40. Предтеченская Н.В. Андрогин – мужчина или женщина? // Язык. Культура. Общество: сб. науч. тр. 2018. С. 155–162.
41. Сидоренко А.С. Основные направления в исследовании сущности и объема категории эмотивности // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А: Гуманитарные науки. 2013. Вып. 10. С. 91–97.
42. Сидорова И.Г. Персональный интернет-дискурс: параметры жанровых форматов // Homo loquens: сб. науч. трудов. Волгоград: Волгоградский гос. ун-т, 2016. С. 196–204.
43. Сидорова И.Г. Способы позиционирования интернет-личности в социальной сети // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2013. Вып. 9 (84). С. 29–33.
44. Снятков К. В. Телевизионный спортивный дискурс: аспекты коммуникативно-прагматического анализа // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2007. Вып. 37. С. 189–194.
45. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. Монография. Наука. Москва, 1986. 141 с.
46. Фаткуллина Ф.Г., Казанцева Е.А. Эмотивность и эмоциогенность различных жанров дискурса: история и перспективы исследования // Успехи современной науки и образования. 2017. Вып. 1. С. 47–49.
47. Фомин А.Г. Гендерный аспект речевого поведения как объект лингвогендеристики // Языковое бытие человека и этноса. 2004. Вып. 7. С. 184–186.
48. Фомин А.Г. Психолингвистическая концепция гендерной языковой личности: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Барнаул, 2004. 45 с.

49. Цуциева М.Г. Институциональность языковой личности политика // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2014. Вып. 3. С. 136–141.
50. Шаховский В.И. В начале была... эмоция // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2008. Вып. 11. С. 19–23.
51. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: ВГУ, 1987. 190 с.
52. Шаховский В.И. Лингвистика эмоций: основные проблемы, результаты и перспективы // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2008. Вып. 12. С. 8–12.
53. Шаховский В.И. Лингвистическая теория эмоций. Монография. Гнозис. Москва, 2008. 416 с.
54. Шаховский В.И. Что такое лингвистика эмоций // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2008. Вып. 12. С. 22–30.
55. Щипицина Л.Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации. Монография. Поморский университет. Архангельск, 2009. 238 с.
56. Щипицина Л.Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04. Воронеж, 2011. 40 с.
57. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. 1997. С. 88–98.
58. Antonowicz D., Jakubowska H., Kossakowski R. Marginalised, patronised and instrumentalised: Polish female fans in the ultras' narratives // International Sociology of Sport Association. 2018. 17 p.
59. Gouws A., Coetzee A. Women's movements and feminist activism // Agenda. 2019. Vol. 33 (2). P. 1–8.
60. Harris Z. Discourse analysis // Language. 1952 Vol. 28 №1 P. 1–30.

61. Kalinin A., Kolmogorova A., Nikolaeva G., Malikova A. Mapping Texts to Multidimensional Emotional Space: Challenges for Dataset Acquisition in Sentiment Analysis // *Communications in Computer and Information Science*. 2018. Vol. 859. P. 361–367.
62. Oza H. 7 Features Of A Successful Social Media App. [Электронный ресурс] // 2017. URL: <http://www.youngupstarts.com/2017/06/01/7-features-of-a-successful-social-media-app/> (accessed at 26.12.2018).
63. Teun A. van Dijk. *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: SAGE, 1998. 384 p.
64. Vilanova A., Soler S., Anderson E. Examining the experiences of the first openly gay male team sport athlete in Spain // *International Sociology of Sport Association*. 2018. 16 p.
65. Wierzbicka A. *Emotions across languages and cultures: diversity and universals*. Paris: Cambridge University Press, 1999. 364 p.
66. Gómez-Ramírez O., Reyes Cruz L. V. Las jóvenes y el feminismo: ¿Indiferencia o compromiso? // *Revista Estudios Feministas*. 2008. Vol. 16 (2). P. 387–408.



Рисунок 1. Концептуальные метафоры у русскоговорящих болельщиков маскулиных видов спорта



Рисунок 2. Концептуальные метафоры у англоговорящих болельщиков мужских видов спорта



Рисунок 3. Концептуальные метафоры у испаноговорящих болельщиков мужских видов спорта



Рисунок 4. Концептуальные метафоры у русскоговорящих болельщиков феминных видов спорта



Рисунок 5. Концептуальные метафоры у англоговорящих болельщиков феминных видов спорта

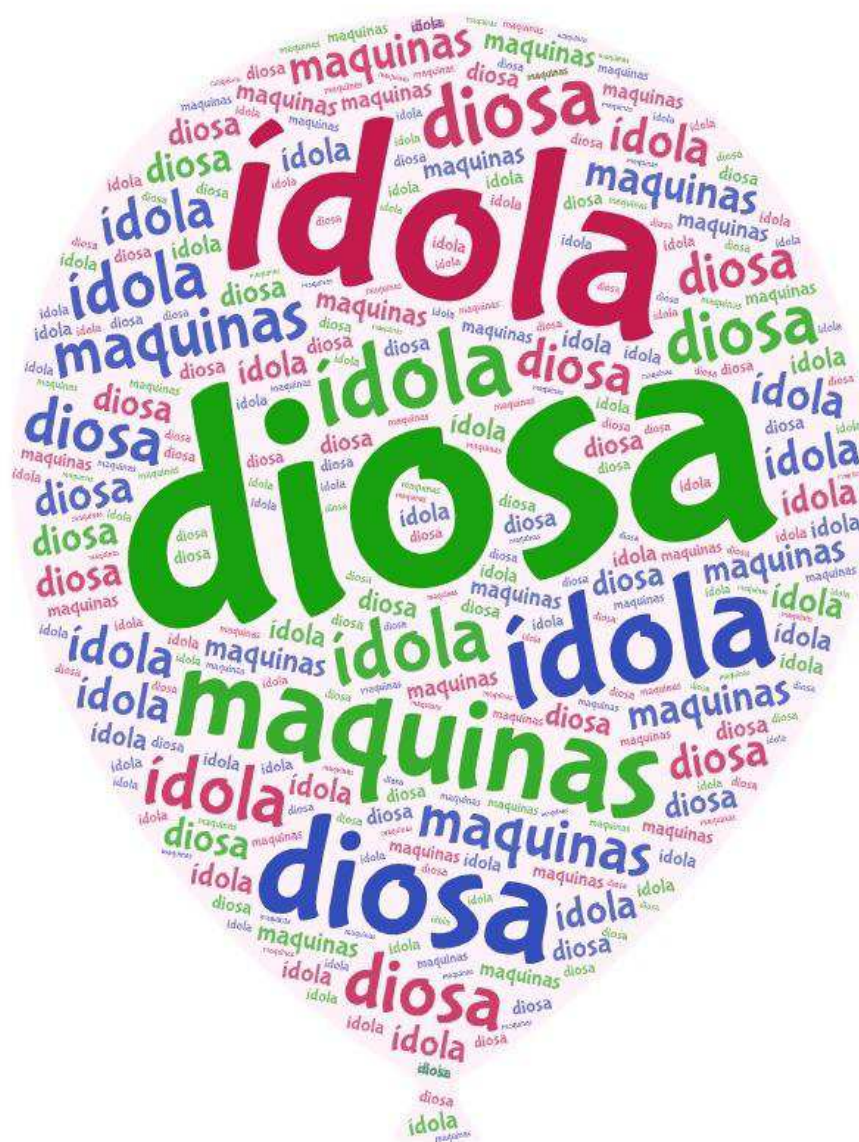


Рисунок 6. Концептуальные метафоры у испаноговорящих болельщиков феминных видов спорта



Рисунок 7. Категории эмоджи у русскоговорящих болельщиков маскулинных видов спорта



Рисунок 8. Категории эмоджи у англоговорящих болельщиков маскулинных видов спорта



Рисунок 9. Категории эмоджи у испаноговорящих болельщиков мужских видов спорта



Рисунок 10. Категории эмоджи у русскоговорящих болельщиков феминных видов спорта



Рисунок 11. Категории эмоджи у англоговорящих болельщиков феминных видов спорта



Рисунок 12. Категории эмоджи у испаноговорящих болельщиков женских видов спорта



Рисунок 13. Вербальные и паравербальные средства болельщиков мужских видов спорта

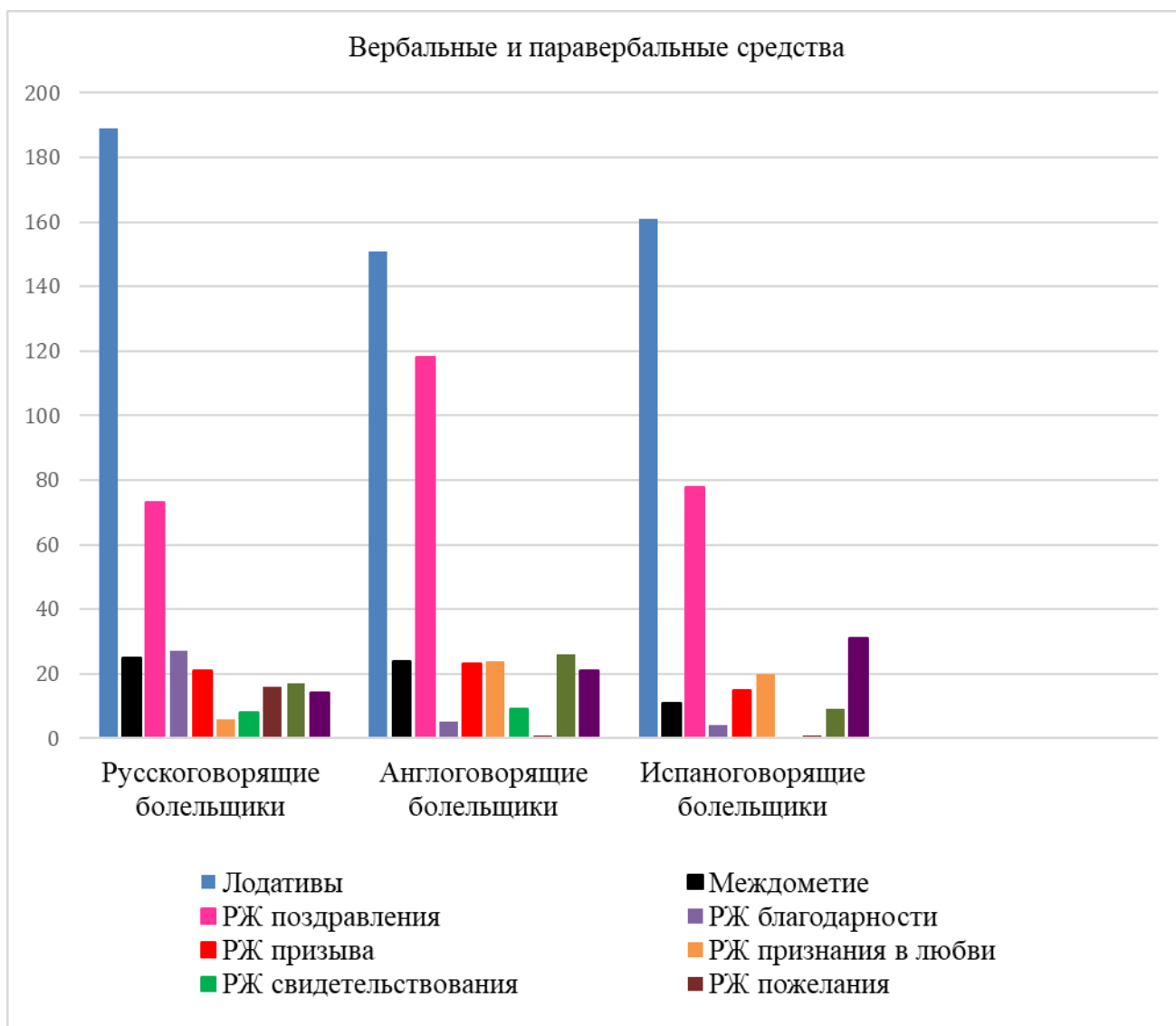


Рисунок 14. Вербальные и паравербальные средства болельщиков феминных видов спорта

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра романских языков и прикладной лингвистики
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой РЯиПЛ
А.В. Колмогорова
« 05 » июля 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**СПЕЦИФИКА СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ РАДОСТИ В ДИСКУРСЕ
БОЛЕЛЬЩИКОВ ФЕМИННЫХ И МАСКУЛИННЫХ ВИДОВ СПОРТА
(НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО, ИСПАНСКОГО И РУССКОГО
ЯЗЫКОВ)**

Выпускник




С.Р. Ахмадеева

Научный руководитель



д-р филол. наук,
проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер



В.В. Ефимова

Красноярск 2020