

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

«__» _____ 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭМОЦИОНАЛЬНО-
КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ
СЕТЕВОЙ ЛИЧНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ КОММЕНТАРИЕВ
ПО ТЕМЕ ВАКЦИНАЦИИ)**

Выпускник

Е.В. Курилова

Руководитель

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

Нормоконтролер

Д.С. Дюкарева

Красноярск 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ	7
1.1. Лингвистика эмоций: объект и исследовательские подходы	7
1.2. Критическая теория Интернета и «дискурс новой чувствительности» .	10
1.3. Прагматическая организация медиадискурса	15
1.4. Сетевая языковая личность	18
1.4.1. Языковая личность и ее типы	18
1.4.2. Соционическая типология языковых личностей	23
1.4.3. Сетевая и виртуальная языковая личность	25
1.5. Событие как триггер эмоционально-коммуникативного поведения сетевой личности: COVID-19	29
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	32
ГЛАВА 2. «МОДЕЛИРОВАНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК ЭМОЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ СЕТЕВОЙ ЛИЧНОСТИ КОММЕНТАТОРА (НА МАТЕРИАЛЕ ОБСУЖДЕНИЯ ВАКЦИНАЦИИ ОТ COVID 19)»	34
2.1. Характеристика материала и алгоритм работы	34
2.2. Тематическая деривация диалогического текста интернет-комментария	36
2.3. Коммуникативные и речевые средства реализации интенций в комментариях к публикациям по теме вакцинации	41
2.4. Специфика вербализации эмоций в интернет-комментариях.....	55
2.5. Лингвосоционическое моделирование сетевых личностей комментаторов	71
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2	91
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	93
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	96

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире Интернет является огромной свободной площадкой для самовыражения, позволяет людям делиться своими эмоциями и переживаниями с другими пользователями независимо от их географического расположения. Данная выпускная квалификационная работа посвящена анализу особенностей эмоционально-коммуникативного поведения сетевых личностей на материале интернет комментариев на испанском языке, посвященных вакцинации от Covid-19.

Актуальность данного исследования связана с тем, что не так давно значительная часть нашей жизни переместилась в online формат, и эмоциональность стала проявляться не только в живом межличностном общении, но и в интернет-коммуникации и приобрела устно-письменную форму. Лингвистическое изучение такой формы выражения эмоций позволяет осуществлять мониторинг общественного напряжения тех или иных социальных групп с целью снятия социальной нестабильности или определения и анализа общественного мнения и настроения, в нашем случае, мнения относительно вакцинации от Covid-19. Кроме того, в эпоху пандемии наблюдение за эмоциональным состоянием пользователей в социальных сетях является не только социальной, но и медико-психологической проблемой.

Таким образом, *новизна* работы заключается в том, что, во-первых, впервые изучаются особенности эмоционально-коммуникативного поведения испаноязычных сетевых личностей, выявляются соционические типы личностей и дается описание их речевых характеристик. Во-вторых, в фокусе внимания исследования находятся способы вербального выражения отношения населения Испании к такому важному явлению, как вакцинация. В-третьих, выявлены корреляции между эмоциональной, тематической и коммуникативной составляющими высказываний испаноязычных сетевых личностей из нашего исследовательского корпуса по теме вакцинации.

Объектом является эмоционально-коммуникативное поведение испаноязычной сетевой личности, а **предметом** – характеристики эмоционально-коммуникативного поведения изучаемых сетевых личностей и языковые средства его реализации в интернет-комментариях на испанском языке по вопросам вакцинации от Covid-19.

Цель исследования заключается в выявлении и описании характеристик эмоционально-коммуникативного поведения испаноязычных сетевых личностей на материале интернет-комментариев по вопросам вакцинации от Covid-19.

Поставленная цель предусматривает решение следующих **задач**:

- 1) обобщить теоретические принципы изучения вербальных форм выражения эмоций в медиадискурсе и описать прагматическую организацию медиадискурса;
- 2) описать коммуникативное пространство Интернета и различные статусы, приобретаемые языковой личностью в данном пространстве;
- 3) сделать обзор лингвистических работ, посвященных изменению в языке, происходящего под влиянием COVID-19;
- 4) провести описание тематической деривации комментариев, их эмоциональную разметку, интен-анализ и выделить коммуникативные стратегии и тактики, реализуемые в них;
- 5) установить корреляции между тематической, эмоциональной и коммуникативной составляющими сетевых комментариев;
- 6) выявить соционические типы сетевых языковых личностей комментаторов и дать им речевую характеристику.

Материалом для данного исследования послужили 150 комментариев к 5 статьям, посвященным вакцинации от коронавирусной инфекции, выбранных методом сплошной выборки с официальной страницы газеты “El País” в Facebook. Статьи были опубликованы в период с 18 февраля по 9 апреля 2021 года.

Методы исследования включают в себя интент-анализ, контекстуальный анализ, элементы стилистического анализа, элементы автоматической обработки, корпусного анализа, качественно-количественного анализа, а также лингвосоционическое моделирование.

Апробация результатов работы. Результаты исследования были представлены на 3 конференциях международного уровня: II Международный «Форум языков и культур» Филологическая Juvenile в секции «Романские языки в современном лингвокультурном пространстве», где работе был присужден диплом II степени (Красноярск, Сибирский федеральный университет, 27–30 мая 2021 г.), Международный форум «Лингвистика и вызовы современной парадигмы общественных отношений: междисциплинарное, межкультурное, межъязыковое взаимодействие» (Воронеж, Воронежский государственный университет, 24–28 ноября 2021 г.), XIV Международная научно-практическая конференция молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (Красноярск, Сибирский федеральный университет, 21–22 апреля 2022 г.)

Также, по теме выпускной квалификационной работы была опубликована научная статья Колмогорова А.В., Курилова Е.В. Моделирование когнитивно-дискурсивной категории эмоциональности в комментариях на испанском языке по теме вакцинации от Covid-19 // Виртуальная коммуникация и социальные сети. 2022. Т. 1. № 1. С. 1–7.

Теоретико-методологическую базу исследования составили работы отечественных и зарубежных ученых в области теории эмотивной лингвистики (Л.Г. Бабенко, Е.А. Красина, В.И. Шаховский), интернет-коммуникации (Е.И. Горошко, Н.Н. Кошкарова, Г. Ловинк, Е.М. Яковлева), прагмалингвистики (Г.П. Грайс, О.С. Иссерс), языковой и виртуальной языковой личности (Ю.Н. Караулов, В.И. Карасик, О.В. Лутовинова), соционической типологии личности (Н.Д. Голев, В.В. Гуленко, А.В. Замилова).

Работа состоит из Введения, двух глав, выводов по каждой главе и Заключения. В конце работы приводится список использованных источников по теме исследования.

Во Введении дается краткое обоснование выбора темы, объясняется актуальность проблемы исследования, формулируются объект, предмет, цель и задачи, описываются методы и практическая значимость исследования.

В Главе 1 «Теоретические основы эмоциональной интернет-коммуникации» анализируется имеющийся теоретический материал по вопросам интернет-коммуникации, эмотивной лингвистики, теории языковой личности и способах ее классификации, также дается краткое описание прагматической организации интернет-коммуникации и приводится общий обзор научных статей, посвященных изменению языка под влиянием коронавирусной пандемии.

В Главе 2 «Моделирование характеристик эмоционально-коммуникативного поведения испаноязычной сетевой личности комментатора (на материале обсуждения вакцинации от Covid 19)» представлен практический анализ отобранного материала, проведено описание тематической деривации комментариев, их интент-анализ, эмоциональная разметка и лингвосоционическое моделирование отдельных соционических типов личностей комментаторов.

В Заключении формулируются основные выводы данной работы.

Список использованной литературы включает 83 источника, из них 6 – на английском языке и 1 – на испанском языке.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

1.1. Лингвистика эмоций: объект и исследовательские подходы

Эмоции, будучи феноменом достаточно сложным и неоднозначным, не раз становились объектом исследования философов, психологов и биологов. Специалисты различных направлений дают свои определения понятию «эмоция». Так, с точки зрения психологии, «эмоции (от лат. *emovere* – волновать, возбуждать) представляют собой особый класс психических процессов и состояний (человека и животных), связанных с инстинктами, потребностями, мотивами и отражающих в форме непосредственного переживания (удовлетворения, радости, страха и т. д.) значимость действующих на индивида явлений и ситуаций для осуществления его жизнедеятельности» [Красина, 2013: 74]. В контексте физиологии и анатомии, эмоция определяется как любое нарушение фонового, нейтрального состояния организма [Фресс, 1975: 62]. В философии эмоция – особая форма отражения действительности, которая представляет не саму действительность, а отношение человека к ней [Выготский, 1968; цит. по: Красина, 2013: 74]. Именно вслед за Л.С. Выготским мы будем определять эмоцию в данной работе.

Несмотря на то, что все эти определения освещают разные аспекты толкования эмоций, в них все-таки можно заметить общую идею: человек – это не только *homo sapiens* (Человек Разумный), но и *homo sentients* (Человек Чувствующий), он не является сторонним наблюдателем происходящего вокруг него, действуя по инерции и/или руководствуясь одними инстинктами, а переживает то, что с ним происходит. Именно такие переживания и составляют мир человеческих эмоций [Красина, 2013].

Существует огромное многообразие подходов к изучению эмоций и к их классификации. Среди многих существующих теорий и типологий мы решили

остановиться на теории эмоции Роберта Плутчика, который предложил разделить базовые эмоции согласно следующей схеме:

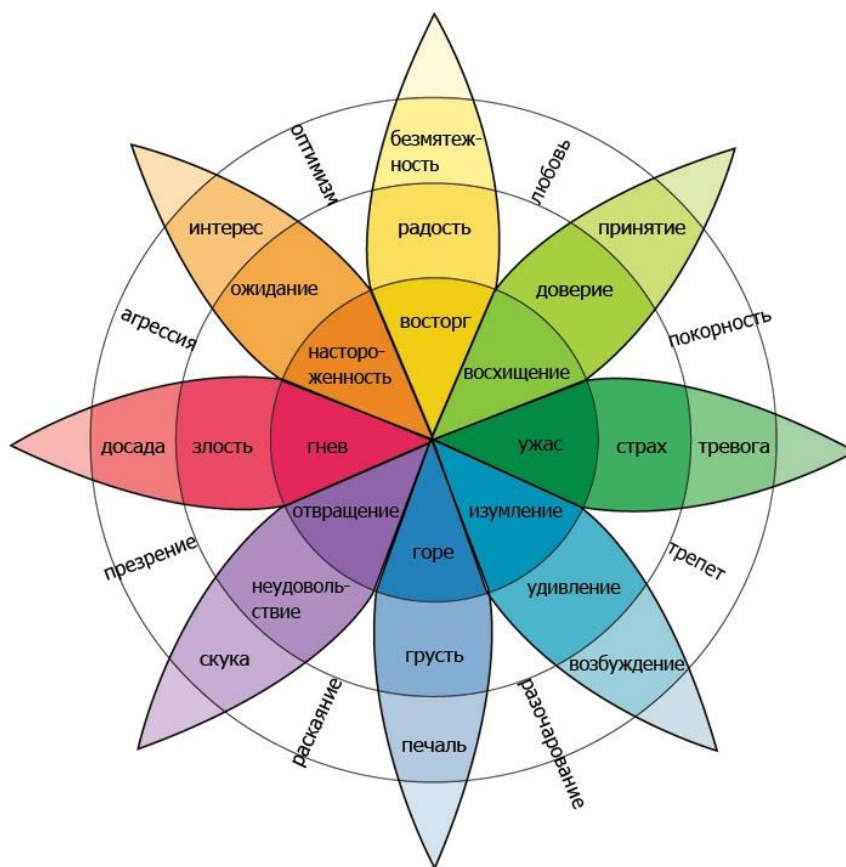


Рисунок 1. Колесо эмоций Роберта Плутчика

В практической части нашей работы для эмоциональной разметки будет использоваться данная схема.

Поскольку человек существо социальное, вся его жизнь неразрывно связана с коммуникацией, информацией и с миром эмоций. В ходе истории возникает необходимость изучать язык эмоций, эмоциональный лексикон и прочие манифестации эмоций в языке. Хотя первоначально основные лингвистические парадигмы вращались в основном вокруг слова как центральной единицы языка, уже с конца XX века объектом исследования лингвистов становится более абстрактная единица – образ, содержащий эмоции. Лингвистика осознала, что именно эти образы будут являться основными компонентами коммуникации, при помощи которых человек способен транслировать свое миропонимание собеседнику и воспринимать

ответную информацию. Естественно, что передаваемые когнитивные картины всегда будут иметь эмоциональную окраску [Шаховский, 2011].

Дату же начала существования лингвистики эмоций или эмотивной лингвистики принято соотносить с докладом Ф. Данеша во время пленарного заседания IV Международного конгресса лингвистов в Германии в 1987 г. Данная работа была посвящена эмоциональному аспекту языка. В ней автор доказывает связь вышеупомянутых абстрактных образов мышления с эмоциями. Именно тогда была показана огромная лингвистическая значимость изучения этой части языка.

За рубежом в 80-е годы XX века появляется большое количество работ, посвященных эмоциональной составляющей языка. Среди ученых, занимающихся данным вопросом, известны А. Вежбицкая, Б. Волек, Дж. Эйтчисон, В. Эдмонсон и многие другие [Wierzbicka, 1992; Volek, 1987; Эйтчисон, 1995; Edmondson, 1992].

В России, в свою очередь, развитие данного направления в лингвистике напрямую связано с научной школой В.И. Шаховского. Поставив лингвистику эмоций в центр своих исследований, автор проделал огромную работу по ее развитию. Также значительный вклад в развитие лингвистики эмоций внесли последователи Виктора Ивановича, члены волгоградской школы, основанной им самим. На счету этой школы значительное число докторских и кандидатских диссертаций, например, работы Л.Г. Бабенко, Ю.М. Малиновича, Н.Н. Панченко и других [Бабенко, 2020; Малинович, 1990; Панченко, 2003].

В центре изучения лингвистики эмоций или эмотиологии – язык эмоций, эмоциональный лексикон и синтаксис, пунктуация и метафоры, а также проблемы межкультурной специфики вербальной и невербальной манифестации эмоций [Шаховский, 2009].

Поскольку в современном мире люди склонны выражать свои эмоции не только в реальной жизни, но и в киберпространстве, эмотиология и предметы

ее исследования распространяются и на просторы Всемирной Сети, о которой пойдет речь далее.

1.2. Критическая теория Интернета и «дискурс новой чувствительности»

Современные технологии, включая сотовую связь, компьютер и телевидение прочно вошли в жизнь современных людей. Именно цифровые технологии «неуклонно подталкивают человечество в сторону нового информационного мироустройства» [Кочетов, 1999: 43] Это значит, что процесс глобализации происходит очень быстро, объединяя при помощи так называемых сетей все точки мира. То есть, способность управлять информацией «разрывает» границы мира, позволяя людям коммуницировать между собой в независимости от своего географического положения. Так, например, находясь в Америке человек может не только услышать, но и увидеть другого, находящегося в России или Африке.

Более того, в работе Е.В. Гориной и Э.А. Лазаревой есть утверждение: «Виртуальность и реальность — это две стороны одной медали» [Горина, Лазарева, 2014: 23]. Действительно, киберпространство и реальность настолько тесно связаны, что невозможно исключать их взаимное влияние друг на друга. Цифровые технологии обеспечивают людям удобный и быстрый обмен информацией, в ходе которого возможны серьезные изменения в сознании человека.

Итак, все вышеперечисленные аспекты влияния технологий на человечество напрямую связаны с понятием «Интернет», которое является одним из центральных в современном глобализованном мире. Всемирная сеть или Интернет представляет собой сложную электронную информационную структуру, глобальную сеть, которая позволяет связывать между собой компьютеры, расположенные в любой точке земного шара, и осуществлять между ними обмен информацией [Шестакова, Абрамова, 2015: 2]. С точки

зрения социологии, Интернет – это «глобальная социально-коммуникационная компьютерная сеть, предназначенная для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий» [Соколов, 2002: 103]. Помимо двух вышеуказанных стоит обратить внимание еще на одно определение: «Интернет следует считать продолжением обитания среды человека, где посредством социальных коммуникаций он имеет возможность удовлетворить свои социальные потребности» [Бальжирова, 2003: 13]. Именно это определение наиболее точно подходит к специфике данного исследования, поскольку отражает специфику интернет-пространства, как места самовыражения человека. Виртуальное и реальное пространство сливаются воедино, позволяя человеку удовлетворять свои социальные потребности, выражать свои эмоции, делиться переживаниями и мнениями.

Несомненно, Интернет оказывает влияние на все, чего бы ни коснулся человек. По словам Е.И. Горошко и И.Е. Овчаренко, «постепенно Интернет начинает превращаться в виртуальное государство со своей собственной «киберкультурой», территорией и населением, не зависящим от национальных, географических или политических границ» [Горошко, Овчаренко, 2014: 185]. В целом, Интернет является своего рода отражением привычной нам реальности.

Помимо вышеупомянутых компонентов нового «интернет-государства», в него входит и особый тип коммуникаций между пользователями, именуемый разными исследователями по-разному: интернет-коммуникация, электронная коммуникация, электронный дискурс и др. По данным недавнего исследования Н.И. Никифоровой, популярность и распространенность термина «Интернет-коммуникация», по сравнению с 2009 г., значительно выросла: в исследовании Е.И. Горошко в 2009 г. количество упоминаний данного понятия составляло 1920, а в аналогичном исследовании Н.И. Никифоровой в 2018 г. – уже 37500 [Никифорова, 2019]. В нашем исследовании будет употребляться именно этот термин.

Базовые дефиниции в этой сфере анализирует М.Г. Шилина [Шилина, 2011]. Исследователь говорит о том, что очень сложно определить интернет-коммуникацию однозначно, поскольку «до сих пор не выявлено единого концептуально обоснованного подхода к определению коммуникативного уровня взаимодействия в интернете» [Шилина, 2011; цит. по: Тихонова, 2013: 227]. Однако, она выдвигает базовое определение: интернет-коммуникация – это коммуникации одного и более индивидов посредством интернета [Шилина, 2011: 227].

С точки зрения С.В. Бондаренко, интернет-коммуникация – это «опосредованное компьютером общение двух или более лиц, характеризующееся невидимостью коммуникантов, письменной формой посылаемых сообщений, возможностью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями или же взаимным обменом и правом доступа к информации, хранящейся в компьютерах или на серверах» [Бондаренко, 2004: 187].

Как и понятие Интернета, интернет-коммуникация определяется по-разному, но в определении ее существуют некоторые общие характеристики, например, «перевод индивидуального процесса передачи информации в социально значимый процесс, непосредственная связь с техническим каналом общения, а также охват всех форм социальной коммуникации» [Никифорова, 2019: 2].

Влиянию Интернета и интернет-коммуникации на жизнь общества посвящено очень много исследований, среди которых наиболее известны работы И.М. Дзялошинского, Е.В. Гориной, Е.И. Горошко, а также книга Г. Ловинка, о которой пойдет речь далее.

В 2019 году была издана книга «Критическая теория Интернета», автором которой является Герт Ловинк, голландский медиа-теоретик, защитивший в Мельбурне диссертацию по критическим теориям интернета [Ловинк, 2019] и являющийся на данный момент руководителем амстердамского Института сетевых культур.

То, к чему побуждает автор своих читателей, рассуждая об Интернете и его влиянии на повседневную жизнь, – это «высвечивать самые банальные механизмы, которыми он переформатирует нашу повседневность» [Ловинк, 2019: 8]. Иными словами, главная цель автора – выявить механизмы влияния Интернета, а именно социальных медиа, на жизнь современного человека.

Книга состоит из 13 эссе автора, которые можно условно поделить на 3 блока согласно их тематике. В рамках изучаемой мной темы самыми полезными оказались первое и четвертое эссе, которые называются «Что есть социальное в социальных медиа?» (2012) и «Отвлечение и его разочарования» (2017), соответственно.

В первом эссе Герт Ловинк, описывая понятие «социальное», ссылается на многих известных ученых из области социологии и теории медиа таких как, например, Крис Чешер, Фридрих Киттлер, Жан Бодийяр. Ловинк утверждает, что «социальное больше не проявляется в первую очередь в виде класса, общественного движения или толпы и не институционализирует себя» [Там же: 19], поскольку настоящей формой социального становится не что иное, как Всемирная Сеть, позволяющая людям объединяться, общаться и делиться друг с другом информацией, эмоциями, чувствами.

В эссе под названием «Отвлечение и его разочарования» автор пишет о невозможности добровольно покинуть социальные медиа, поскольку они стали неотъемлемой частью жизни людей: «Предложение полностью покинуть социальные медиа превосходит возможности нашего воображения» [Там же: 48]. Автор убежден в том, что волнения и заботы человека о социальном способны причинить серьезную боль, а отсутствие возможности эскапизма и вовсе может стать причиной тревоги, выгорания или даже депрессии. В заключение автор приводит рассуждения американского социолога Натана Юргенсона о «цифровом дуализме»: «реальное и виртуальное – это не различные сферы, а в высшей степени интегрированный и гибридный опыт» [Там же: 50].

Подобную же дефиницию понятия «Интернет», отражающую в каком-то смысле суть критической теории Ловинка о сильнейшем влиянии Интернета на человечество, находим в работе И.Л. Бачило. Автор пишет о том, что Интернет есть «мощнейший инструмент воздействия на сознание, идеологию, поведение человека и разные формы его сообщества, начиная от государства до семьи и конкретного индивида (личности); всех форм ассоциаций индивидов XXI века» [Бачило, 2015: 177]. Утверждается, что на данном этапе развития в обществе появляется, так называемый, новый облик государства или «Э-государство», в котором проявились не только позитивные, но и негативные стороны воздействия Интернета на жизнь в целом. То есть, несмотря на многоаспектное развитие всех социальных структур современного «Э-государства», появляется также большое количество проблем, связанных с вопросами, начиная с национальной информационной безопасности и заканчивая эмоциональным напряжением членов общества. Кроме того, автор указывает на то, что в настоящее время вся экономика и производство во многом зависят от информационных технологий. Другими словами, именно технологии формируют информационную среду, которая, в свою очередь, оказывает влияние на жизнедеятельность людей.

Помимо вышеперечисленных аспектов влияния технологий на жизнь современного общества существует еще один фактор, который является наиболее важным в рамках нашего исследования. Каждый человек в современном мире находит новые способы выражения собственных эмоций и чувств. Одним из путей самовыражения является интернет-коммуникация в различных социальных сетях, блогах, форумах и т.д.

Исследователи говорят о том, что именно наше поколение является «свидетелями формирования новой эмоциональной культуры» [Кошкарова, Яковлева, 2019: 148]. Иными словами, на данном этапе можно говорить о становлении, так называемого, дискурса новой эмоциональности или чувствительности. В основе дискурса новой чувствительности лежит

эмоциональная модель общения, формирующая «агрессивную и чувствительную информационную среду» [Там же: 148]. На просторах сети можно найти огромное количество текстов, в которых эмоции и чувства людей, такие как обида, грусть, разочарование, радость становятся достоянием общности. Анализируя различные примеры, исследователи приходят к выводу о том, что субъектом дискурса новой чувствительности является жертва, человек, переживающий какое-либо эмоциональное потрясение. Впоследствии, названные жертвы объединяются в социальные группы, а средства массовой информации, в свою очередь, реагируют на такое эмоциональное поведение и с помощью различных языковых механизмов привлекают и удерживают внимание публики [Там же: 149].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что цифровые технологии и, в частности, Интернет оказывают на человечество колоссальное влияние. Они формируют наше сознание, являются полноценной средой для совершения коммуникации, способствуют удовлетворению социальных потребностей общества, упрощают и одновременно усложняют существование государственных органов и институтов и наконец, дают новое современное пространство для выражения личных эмоций и переживаний, формируя новую эмоциональную культуру и дискурс новой чувствительности.

1.3. Прагматическая организация медиадискурса

Говоря о прагматическом аспекте дискурса социальных сетей, основными понятиями, фигурирующими в тексте работы, будут являться понятия коммуникативных стратегий и тактик, а также понятие речевой интенции.

Коммуникативная стратегия – термин, изучающийся многими учеными из разных областей знаний. В данной работе нас интересует подход к

определению термина с точки зрения прагмалингвистики и коммуникативной лингвистики.

Существует несколько определений коммуникативной стратегии. Например, М.Л. Макаров считает, что коммуникативная стратегия – это «цепь решений говорящего, коммуникативных выборов тех или иных речевых действий и языковых средств для реализации набора цели в структуре общения» [Макаров, 2003: 173]. В свою очередь, О.С. Иссерс, определяет коммуникативную стратегию как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс, 1999: 54]. Обе дефиниции говорят о том, что коммуникативная стратегия есть направленность высказывания коммуниканта на выполнение той или иной прагматической цели. В данной работе мы будем следовать определению, предложенному О.С. Иссерс, которое в большей степени релевантно для нашего материала.

Кроме того, существует несколько классификаций коммуникативных стратегий, среди которых типология профессора В.С. Третьяковой. В основе ее типологии лежит «тип диалогического взаимодействия по результату (исходу, последствиям) коммуникативного акта – гармония или конфликт» [Третьякова, 2010: 144]. Исследователь предлагает разделить коммуникативные стратегии на два основных типа – стратегия кооперации и стратегия конфронтации. По словам В.С. Третьяковой, стратегия кооперации характеризуется тем, что взаимодействие коммуникантов представляет собой «нарастающее подтверждение взаимных ролевых ожиданий, быстрое формирование у них общей картины ситуации и возникновение эмпатической связи друг с другом» [Там же: 144–145]. Стратегия конфронтации же, наоборот, проявляется тогда, когда партнеры по коммуникации расходятся в понимании ситуации или ее оценке и начинают испытывать взаимную антипатию. [Там же: 145]. Данная типология является краткой и соотносится с материалом исследования, поэтому в нашей работе будет использована именно она.

По утверждению О.С. Иссерс, коммуникативная тактика представляет собой «конкретные действия, которые позволяют стратегии реализоваться в коммуникативной ситуации» [Иссерс, 2008: 110]. О том, что коммуникативная тактика является главной составляющей коммуникативной стратегии так же пишет Н.И. Формановская [Формановская, 2002].

Существует огромное количество классификаций коммуникативных тактик, посмотрим на некоторые из них. Например, А.Р. Залегдинова в своей статье выделяет такие коммуникативные тактики, как тактика прямого обвинения, контробвинения, разоблачения, аргументации, агитации, апелляции к выгоде, апелляции к авторитету, к здравому смыслу [Залегдинова, 2012]. В свою очередь, Н.Н. Кириллова также обозначает тактики угрозы, обвинения, манипулирования, упрека, обещания, замечания, подкупа, побуждения, иронии [Кириллова, 2012: 31]. Большинство вышеуказанных тактик будут рассматриваться нами в ходе работы с практическим материалом.

Далее, речевая интенция – термин, который, несмотря на то, что был заимствован лингвистами из сферы философии, представляет собой интересный феномен для изучения с прагматической точки зрения [Рахметова, 2015]. В современную лингвистику термин «интенция» был введен последователями Дж. Серля, одного из создателей теории речевых актов [Серль, 1986].

Существует несколько определений понятия «интенция», в каждом из которых исследователи делают акцент на разных аспектах. Например, известный логик Г.П. Грайс дает следующее определение: «намерение говорящего сообщить нечто, передать в высказывании определенное субъективное значение» [Грайс, 1985; цит. по: Мощева, 2011: 223]. В психологии речи интенция понимается как «первый этап порождения высказывания, за которым следуют мотив, внутреннее проговаривание и реализация» [Мощева, 2011: 223].

В нашей работе мы решили придерживаться классического определения понятия «речевая интенция», предложенного Г.П. Грайсом.

Поскольку чаще всего анализ интенций проводится в контексте политического дискурса, названия большей часть интенций, использованных в практической части нашего исследования, заимствованы из монографии сотрудников лаборатории психологии речи и психолингвистики Института психологии РАН под редакцией Т.Н. Ушаковой и Н.Д. Павловой [Смиренский, 2001]. Согласно данной типологии существует 27 основных интенций, среди которых самопрезентация, неявная самопрезентация, презентация, отвод обвинений, отвод критики, самооправдание, самосохранение, самокритика, обвинение, безличное обвинение; разоблачение, безличное разоблачение, дискредитация, критика, противостояние, размежевание, угроза, кооперация, успокоение аудитории, отказ в просьбе, побуждение, предупреждение, анализ, анализ (+), анализ (-), оценивание (+), информация.

Таким образом, в нашей работе основными понятиями прагмалингвистики становятся понятия коммуникативной стратегии и тактики (О.С. Иссерс), а также понятие речевой интенции (Г.П. Грайс).

1.4. Сетевая языковая личность

1.4.1. Языковая личность и ее типы

В ходе стремительного развития лингвистики во второй половине 20 века произошла, так называемая, научная революция или смена парадигм [Кун, 1962], приведшая к развитию концепции антропоцентризма [Кубрякова, 1995]. Как особый принцип исследования антропоцентризм «заключается в том, что научные объекты изучаются прежде всего по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям в развитии человеческой личности и ее усовершенствования» [Там же: 212]. Принцип антропоцентризма в лингвистике обусловил возникновение многих смежных дисциплин, таких как социолингвистика, лингвокультурология,

этнолингвистика, когнитивная лингвистика, культурная семантика и лингвоперсонология. Объектом таких междисциплинарных исследований, который «пронизывает и все аспекты изучения языка и одновременно разрушает границы между дисциплинами» стала языковая личность [Карасик, 2002; цит. по: Тихонова, 2016: 1]. Иными словами, стало актуальным и необходимым исследовать не столько сам язык, как это было раньше, сколько «человека говорящего» т.е. языковую личность (далее – ЯЛ), соответственно [Седов, 1998: 5].

Впервые внимание лингвистической науки к феномену ЯЛ было привлечено в работах Л. Вайсгербером [Вайсгербер, 1927], считавшим, что «язык является наиболее всеобщим культурным достоянием» и считал, что не имеет смысла рассматривать отдельную языковую личность, поскольку «никто не владеет языком только благодаря собственной языковой личности, а, наоборот, человек владеет им благодаря тому, что принадлежит к определённому языковому сообществу» [Вайсгербер, 1927; цит. по: Иванцова, 2010: 25].

Также, среди значимых работ, посвященных данной теме, находим исследования М.М. Бахтина, В.В. Виноградова, Г.И. Богина, Ю.Н. Караулова, В. Гумбольдта и других [Бахтин, 1979; Виноградов, 1980; Богин, 1984; Караулов, 1987; Гумбольдт, 1984]. Изначально во многих работах конкретный термин «языковая личность» не употребляется, например, в работах В. Гумбольдта, К. Фосслера, Э. Сепира или Ф. де Соссюра не было словосочетания «языковая личность», но были разнообразные предположения и гипотезы о взаимосвязи человека и языка, которым он владеет.

Так, В. Гумбольдт утверждал, что наш язык – «это коллективное явление», которое заложено в самой природе человека и необходимо ему для развития духовных сил и формирования мировоззрения» [Гумбольдт, 1984; цит. по: Эфтон, 2013: 117].

Швейцарский лингвист Ф. де Соссюр открыл интереснейшую область исследования (*la linguistique de la parole*), разделив такие понятия, как язык и

речь, а также, уже во второй половине XIX века «перешагнул рамки существующей парадигмы <...> и начертал на знамени лингвистики: <...> «язык насквозь социален» [Караулов, 1987: 14].

После, Э. Сепир, американский антрополог, сделал акцент на том, что язык – это «символический ключ к поведению» [Сепир, 1993; цит. по: Эфтор, 2013: 118] и предложил миру одну из самых известных лингвистических теорий (гипотеза Сепира-Уорфа или теория лингвистической относительности).

Впоследствии важную роль в изучении языковой личности сыграли работы отечественных ученых, В.В. Виноградов, например, первым ввел данный термин в научный оборот и составил некоторые описания языковой личности [Там же]. Несколько раз включив в текст своей работы термин «языковая личность» (она же «поэтическая» и «литературная» личность), автор все же не раскрывает его [Иванцова, 2010: 25].

Одно из первых определений языковой личности дает Г.И. Богин в своей монографии «Современная лингводидактика»: это «человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности производить речевые поступки, создавать и принимать произведения речи» [Богин, 1986: 1]. Согласно Г.И. Богину, языковая личность и все что с ней связано – центр исследований в лингводидактике.

Немного позднее Ю.Н. Караулов в своей книге «Русский язык и языковая личность» определил ЯЛ как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются: степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определенной целевой направленностью» [Караулов, 1987: 3].

В работах современных лингвистов объектами исследования становятся «авторы и герои отдельных произведений, реальные исторические фигуры разных эпох, представители различных видов деятельности и социальных сред, включая среду виртуального сетевого web-пространства» [Млечко, 2014:

77]. Поскольку языковая личность является очень сложным и многогранным феноменом, классифицировать и типологизировать ее довольно сложно.

Существует несколько подходов к изучению и классификации языковой личности. Так, например, на языковую личность можно посмотреть с точки зрения лингвокультурологии, психолингвистики, лингводидактики, социолингвистики, лингвоперсонологии, а также лингвосоционики.

Лингвокультурологический подход трактует языковую личность как собирательный культурноисторический образ [Дубских, 2014: 1], а задача исследователей в данном случае – «изучить воплощенную в живой национальный язык и проявляющуюся в языковых процессах материальную и духовную культуру» [Там же: 1]. С точки зрения лингвокультурологического подхода, В.И. Карасик предлагает классифицировать ЯЛ при помощи категории лингвокультурных типажей [Карасик, 2009: 1] «яркий лингвокультурный типаж (модельная личность), 2) неяркий лингвокультурный типаж, 3) положительный лингвокультурный типаж, 4) отрицательный лингвокультурный типаж» [Башкова, 2011: 37].

Что касается психолингвистического подхода, то здесь наиболее известны классификации Э. Берна и К.Ф. Седова. Например, в книге Э. Берна «Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры» [Берн, 2002] автор, используя структурный и транзакционный анализ, условно делит личность на Ребенка, Родителя и Взрослого, основываясь на психологической сущности человека и его поведении. В свою очередь, К.Ф. Седов рассматривает и типологизирует языковую личность в процессе межличностной коммуникации, а именно, в процессе коммуникативного конфликта [Седов, 2002], выделяя инвективный (использует аффективную лексику, в том числе инвективы, брань), куртуазный (в основном тяготеет к этикетным формам общения, аффективную лексику использует крайне редко) и рационально-эвристический типы (в процессе конфликта опирается на логику и здравый смысл, негатив выражают косвенным способом) [Там же].

Следующий подход – подход, основанный на материалах лингводидактики. Согласно ему, языковая личность понимается как «совокупность ипостасей, в которых индивид воплощается в языке», то есть самым важным элементом для ученых в данном случае будет являться отношение «языковая норма – речевое воплощение» [Дубских, 2014: 2].

В рамках социолингвистического подхода, языковые личности могут быть разделены на типы согласно объективным статусным признакам, таких как пол, возраст, уровень образования, профессия или стиль жизни [Карасик, 2002]. Помимо, стоит отметить интересную и необычную классификацию, принадлежащую американскому социологу О. Клаппу. В своей работе «Symbolic Leaders. Public dramas and public men» [Klapp, 1964] исследователь предлагает следующие типы: драматический герой, неподкупный, объект желаний, популярный злодей, комическая фигура и популярная жертва.

Следующим и наиболее современным подходом является лингвоперсонологический подход. Лингвоперсонология как отдельная область лингвистики сформировалась относительно недавно, данный термин в научный обиход ввел российский ученый В.П. Нерознак в своей работе «Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины» [Нерознак, 1996]. По словам ученого, предметом данной отрасли языкознания является «изучение идиолектной личности (языка индивидуума) во всем ее многообразии и полилектной личности (национального языка в пространстве и времени)», а целью является «воссоздание общего и особенного в языке, его лексиконе и в его концептосфере» [Нерознак, 1996: 116]. Уже исходя из определения предмета дисциплины можно говорить о разделении языковых личностей, как минимум, на идиолектную и полилектную. В продолжение разговора о классификации языковых личностей, с точки зрения дискурсивной персонологии, В.И. Карасик классифицирует языковые личности, анализируя дискурс, в котором человек участвует. Так, например, он выделяет сценарный и субъектный типы личностей: «Первый тип активно ведет себя в соответствии со сценарием определённого коммуникативного действия,

второй тип предпочитает оставаться в тени» [Карасик, 2007: 82]. Также можно выделить игровую и серьезную языковую личность: «склонных к шутке, игре, иронии, и субъектов, не понимающих юмора и чувствующих себя дискомфортно в условиях карнавального переворачивания смыслов» [Там же: 83].

Таким образом, языковая личность – понятие обширное и многомерное, являющееся предметом изучения многих отраслей языкознания. Существует достаточное количество подходов к изучению языковой личности, среди основных – лингвокультурологический, психолингвистический, лингводидактический, социолингвистический и лингвоперсонологический. Важно указать то, что каждый подход предлагает разные типологии языковых личностей. Для нашей работы интересна еще одна типология – соционическая.

1.4.2. Соционическая типология языковых личностей

Несмотря на то, что существует большое количество подходов к исследованию языковой личности, универсальная системная типология так и не была создана. Помимо всех вышеперечисленных способов классификации языковой личности, существует еще один интересный подход, который в рамках данного исследования необходимо рассмотреть немного подробнее.

Итак, соционика – наука, которая интересуется вопросами классификации языковых личностей «в направлении от типа языковой личности к его проявлениям в речевой деятельности и тексте» [Голев, Кузнецова, 2009: 95]. Основателем науки стала А. Аугустинавичюте, советский литовский экономист. По ее словам, соционика – «наука о соционе, соционной природе человека и структуре общества, о разных типах информационного метаболизма (ИМ) людей и разных формах взаимоотношений между ними» [Аугустинавичюте, 1998; цит. по: Шульман, 2007: 33].

Еще один термин, который стоит пояснить – тип информационного метаболизма (ТИМ) или соционический тип личности – «устойчивая структура личности человека, задающая пропорции между основными частями его психики – сенсорикой, интуицией, мышлением и чувствованием» [Гуленко 1997; цит. по Замилова, 2013: 8].

А. Аугустинавичюте предлагает свою типологию языковых личностей, основанную на работах знаменитого психолога К.Г. Юнга. Ее типология включает 16 типов личностей, каждому из которых присвоено имя известной личности (писателя, поэта, политика, литературного героя). В таблице 1 представлен список соционических типов личностей с их авторскими наименованиями.

Таблица 1. Соционические типы личности

Названия типов, принятые в соционической литературе	Названия типов, предложенные А. Аугустинавичюте
Логико-сенсорный экстраверт (ЛСЭ)	«Штирлиц»
Логико-интуитивный экстраверт (ЛИЭ)	«Джек Лондон»
Этико-сенсорный экстраверт (ЭСЭ)	«Гюго»
Этико-интуитивный экстраверт (ЭИЭ)	«Гамлет»
Сенсорно-логический экстраверт (СЛЭ)	«Жуков»
Сенсорно-этический экстраверт (СЭЭ)	«Наполеон»
Интуитивно-логический экстраверт (ИЛЭ)	«Дон Кихот»
Интуитивно-этический экстраверт (ИЭЭ)	«Гексли»
Логико-сенсорный интроверт (ЛСИ)	«Максим Горький»
Этико-сенсорный интроверт (ЭСИ)	«Драйзер»
Этико-интуитивный интроверт (ЭИИ)	«Достоевский»
Логико-интуитивный интроверт (ЛИИ)	«Робеспьер»
Сенсорно-логический интроверт (СЛИ)	«Габен»
Сенсорно-этический интроверт (СЭИ)	«Дюма»
Интуитивно-логический интроверт (ИЛИ)	«Бальзак»
Интуитивно-этический интроверт (ИЭИ)	«Есенин»

Для типологизации языковых личностей комментаторов в рамках данной работы нами было принято решение использовать подход А. Аугустинавичюте, поскольку, во-первых, данная классификация предлагает достаточно большой набор типов, что будет удобно для нас в ходе работы, поскольку комментариев, как и комментаторов, много, и все они достаточно разнообразные; во-вторых, такая типология предполагает анализ

медиадискурса с точки зрения лингвистической прагматики и эмотиологии, что собственно является нашим главным исследовательским интересом; в-третьих, рассмотрение таких типов личности является релевантным для интернет-дискурса, что продемонстрировано в работе А.В. Замиловой, представляющей собой лингвосоционическое моделирование русской языковой личности на материале интернет-блога [Замилова, 2013].

В дальнейшем в практической части данной работы для определения типов языковых личностей комментаторов мы будем использовать метод лингвосоционического моделирования. Так, в след за В.В. Гуленко мы будем рассматривать экстравертный, интровертный, рациональный, иррациональный, логический, а также два смешанных типа. Рассматриваться они будут с точки зрения специфики их оязыковлениа.

Однако, поскольку мы будем применять соционические типы личностей для описания сетевой коммуникации, нам требуется уточнить понятие сетевой личности.

1.4.3. Сетевая и виртуальная языковая личность

Быстрое и обширное внедрение цифровых технологий, а в частности Интернета, в повседневную жизнь человека способно серьезно повлиять на его личностное становление и развитие. Специалисты из области педагогики и психологии отмечают, что, так называемое «поколение Z», люди, родившиеся в период с 2002 по 2005 год, на данный момент исследований являются «самой медийной частью социума», и сами того не осознавая, являют собой то самое «цифровое поколение», жизнь которого прочно связано с виртуальной реальностью [Орлов, Орлова, 2018: 13].

Несмотря на то, что люди других возрастных категорий не так сильно, как «поколение Z», зависимы от своего пребывания в Сети, они в той или степени являются часть глобального Интернет-сообщества и поэтому к ним в

равной степени применимо такое понятие, как сетевая личность или сетевая идентичность.

Многие ученые продолжают поднимать вопрос возникновения и существования сетевой личности, а также ее влияния на формирование и становление реальной личности. Так, среди работ, посвященных данной теме можно найти работы О.И. Елховой, Е.В. Летова, Н.В. Увариной и др. [Елхова, 2015; Летов, 2013; Уварина, Пахтусова, 2020]

Среди современных исследователей, одно из определений сетевой личности дает Е.В. Летов. По его мнению, это результат комплексного когнитивно-эмоционального процесса, который позволяет людям отождествлять себя с людьми сети, хорошо владеющими информационными технологиями, например, хакерами [Летов, 2013: 63]. Однако в рамках нашего исследования данное определение не совсем подходит, поскольку охватывает только небольшую часть Интернет-сообщества.

Н.В. Уварина и Н.А. Пахтусова говорят о том, что сетевая идентичность – это своего рода самоопределение личности, ее самопознание, которое реализуется в киберпространстве [Уварина, Пахтусова, 2020: 480]. Исследователи утверждают, что каждый человек «может и должен ею обладать, правильно ее осознавать, а может ее только воображать и представлять». Кроме этого, они выделяют несколько механизмов сетевой идентификации, способов появления этой самой сетевой личности, среди них, эмоциональное заражение («эмоциональное переживание себя как целого с другими людьми или событиями, возникающее быстро под влиянием эмоционально заряженной социальной ситуации и, как правило, нестабильное»), идентификация («человек категоризует себя в соответствии с теми или иными общими характеристиками (прототипом), стараясь сблизить себя и группу и заострить различия с другими группами, что приводит к деперсонализации (отказу от личной идентичности в пользу сходства с прототипом)»), слияние идентичности («личная и социальная идентичность не просто согласуются, а рассматриваются как функционально эквивалентные»)

и когнитивная и аффективная переработка («активное участие человека в переработке и изменении предлагаемого социумом прототипа в соответствии с личными целями и ценностями») [Там же: 480–481].

В своей работе «Множество идентичностей в глобализованном мире» Р.Д. Хунагов говорит о том, что существует несколько подходов к определению сетевой личности и вопросам ее «сосуществования» с личностью реальной [Хунагов, 2013]. Согласно стратегии существования человека в сети Интернет, сетевая личность может быть «реальной и полноценной», ее стратегии способны отражать обычную, реальную жизнь человека. Также, сетевая личность понимается как личность «выдуманная», дистанцируемая от реальной. Кроме этого, сетевая личность может быть реальной личностью без признаков, стратегия которой не дает полного портрета человека, а представлена лишь «нужная для повествования часть» (участие в конференции, политических дебатах и т. д). И наконец, личность распределенная, «появившаяся задолго до появления сетевых технологий, может быть представлена классическим примером в русской истории Козьмой Прутковым, чьи произведения воспринимаются обществом как продукт личностного творчества» [Хунагов, 2013: 4]. В рамках нашего исследования особенно интересны первые две точки зрения, которые, несмотря на то, что являются противоположными, отражают неоднозначность понятия, его сложность. Оба случая известны и возможны, и независимо от того, какой точки зрения из этих двух придерживаться, самое важное в данном вопросе – понять, какого влияние виртуальной личности на реальную и оценить его.

По словам исследователей, именно вопрос тождества реальной и сетевой личности является ключевым в данном теме. Действительно, для того, чтобы уметь оценить и проанализировать влияние Интернета на личность, на ее психику, эмоциональность и прочее, нужно понимать, как соотносятся реальность и виртуальность в каждой личности

У разных исследователей разные взгляды на этот вопрос. Так, например, З.А. Жаде в статье «Феномен сетевой идентичности в российском обществе»

высказывает мнение о том, что сетевая идентичность только помогает людям более полно раскрыть свой потенциал, реализовать все стороны «своего многогранного «Я». По словам автора, «умело вплетенная в систему многоуровневой идентичности, сетевая идентичность становится важным ресурсом интеграции общества» [Жаде, 2013: 78]. Другими словами, сетевая и реальная личности дополняют друг друга, позволяя человеку полноценно существовать как в реальном, так и в виртуальном социуме.

С другой стороны, Е.О. Ермолова видит во влиянии сетевой личности потенциальную угрозу для реальной личности. Несмотря на общепринятое мнение о том, что социальные сети и другие Интернет-сообщества помогают раскрыть человеческое «Я», сетевое взаимодействие способствует приобретению реальной личностью, так называемых, нарциссических черт. Сетевая личность позволяет людям идеализировать самих себя, тем самым возвышая свое «Я» над чужим [Ермолова, 2019].

Кроме того, во многих работах, посвященных интернет-коммуникации и виртуальному дискурсу, исследователи вводят понятие виртуальной личности или виртуальной языковой личности [Амурская, 2013; Апажева, 2014; Галинская, 2010 и др.].

Понятие виртуальной языковой личности используется для того, чтобы обозначить языковую личность, «погруженную в новое коммуникативное пространство» [Лутовинова, 2012: 56], то есть, в виртуальную реальность. Однако, несмотря на обширную исследовательскую базу по данному вопросу, однозначное определение понятия «виртуальная языковая личность» остается предметом обсуждения среди исследователей. Так, в своей статье «Виртуальная языковая личность: к определению понятия», О.В. Лутовинова рассматривает разные подходы к данному вопросу [Лутовинова, 2015]. Рассмотрим некоторые из них. Итак, в широком смысле, виртуальная языковая личность – это любая личность, использующая Интернет, как средство общения. Данное определение является слишком обобщенным и не дает полного понимания и характеристик этого сложного феномена. Далее,

некоторые исследователи, например, В.В. Афанасьева [Афанасьева, 2010], понимают виртуальную личность, как человека с Интернет-зависимостью, что не совсем подходит в рамках данного исследования, поскольку пересекается скорее с областью биологии и психологии, чем с лингвистикой. И наконец, самое тематически релевантное определение виртуальной языковой личности – «сплав «я» личности реальной с ее сконструированным образом» [Там же: 290]. То есть, реальная и виртуальная личности имеют свойство пересекаться, дополнять или формировать друг друга. Общаясь в социальных сетях, человеку иногда бывает тяжело понять, с кем он/она коммуницируют: с реальной или искусственно созданной, вымышленной личностью [Там же]. Наш анализ материала показывает, что данное определение применимо и для описания сетевой личности.

Подводя итог, сетевая и виртуальная языковая личность, как и личность реальная является необходимой для большинства современных людей, пользующихся ресурсами Интернета. Часто люди даже не осознают свою сетевую идентичность, которая незаметно для нас самих проникает в реальную личность, отождествляется с ней и оказывает на нее как положительное, так и негативное влияние.

1.5. Событие как триггер эмоционально-коммуникативного поведения сетевой личности: COVID-19

Внезапно обрушившаяся пандемия нового коронавируса в 2020 году словно разделила жизнь людей на «до» и «после». Человечество столкнулось с ранее неизвестной и от этого еще более страшной угрозой для жизни и здоровья. Текущее нестабильное состояние усугубляется политическими, социальными и экономическими проблемами. По словам психологов, общество погружается в состояние «затяжного пролонгированного стресса» [Первушина, Федоров, Дорошев, 2020: 6], что, в свою очередь, не может не повлиять на эмоциональное поведение человека, а именно, сетевой личности,

поскольку главным пространством для общения и разделения эмоций в период повсеместного карантина является Интернет. Иначе говоря, пандемия коронавируса послужила своего рода триггером эмоционального коммуникативного поведения людей в сети, который дал ученым многих научных направлений, включая лингвистику, огромное поле для исследований данного вопроса.

То, как повлияла пандемия на дискурс новой чувствительности вызывает интерес многих ученых. В основном работы посвящены изменениям лексической составляющей языка, поскольку самыми продуктивными периодами в развитии лексики того или иного языка являются те, которые «связаны с наибольшими социальными потрясениями, когда процессы языкового развития ускоряются, языковые изменения нагромождаются, не успевая адаптироваться в лексической системе» [Редкозубова, 2020: 193], пандемия как раз и является событием такого рода. В своих исследованиях Е.А. Редкозубова, И.П. Зайцева, О.И. Северская, В.В. Катермина, Е.А. Яченко, А. Dash, Hongjie Dong, Lydia Maria de Tienda Palop, Philipp Wicke, Marianna M. Bolognesi и др. на примерах показывают то, как изменился язык за период пандемии [Редкозубова, 2020; Зайцева, 2020; Северская, 2020; Катермина, Яченко, 2020; Dash, 2020; L.M. de Tienda Palop, 2020; P. Wicke, M.M. Bolognesi, 2020].

Так, например, лингвисты описывают период пандемии, как время «бесконечного лингвокреатива» [Редкозубова, 2020: 198]. Появилось огромное количество неологизмов, так называемых, COVID-контаминантов, которые очень часто стали использовать люди, общаясь как в повседневной жизни, так и в социальных медиа (*coronapocalypse*, *coronageddog*, *quarantini*, *карантикулы*, *ковигист* и др.) [Редкозубова, 2020]. Исследователями подчеркивается то, что анализ новых сленговых выражений, метафор, словосочетаний и контаминантов выполнялся на материале социальных сетей, в основном это Twitter, Facebook и Вконтакте, среди российских пользователей.

Как в России, так и за рубежом, в контексте пандемии стало частым использование военных метафор (*the war against covid-19, guerra contra el coronavirus, война против вируса*) [Катермина, Яченко, 2020; L.M. de Tienda Palop, 2020].

Также, существуют исследования, посвященные лингвистическим способам выражения эмоций, а именно эмоджи. В исследовании было приведено доказательство того, что после начала пандемии людям стало сложнее выразить свои эмоции при помощи эмоджи [Dash, 2020].

Подводя итог, интернет-коммуникация, как самый распространенный вид коммуникации в условиях карантина, подвергся изменению под воздействием стрессового фактора: появилось огромное количество неологизмов, метафор, снизилась способность и желание людей выразить эмоции посредством эмоджи.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. Лингвистика эмоций или эмотиология является относительно молодым направлением исследований в лингвистике. Необходимость в исследованиях данной направленности обусловлена тем, что эмоциональная составляющая человека является не менее важной, чем рациональная, а поскольку язык является главным инструментом для самовыражения, лингвистика эмоций позволяет более подробно изучить данный аспект. С конца XX века специалисты данной области исследуют характер выражения человеческих эмоций, их синтаксис, пунктуацию, метафоры, а также их вербальную и невербальную манифестацию.

2. Интернет – это «продолжение среды обитания человека» [Бальжирова, 2003: 13], пространство, в котором люди находят множество путей для выражения собственных эмоций и мнений. Критическая теория Интернета, созданная Гертом Ловинком, анализирует вопрос о том, насколько сильно изменилась жизнь человечества с появлением Сети, как виртуальность становится все менее отличной от реальности и о том, как происходит социализация в киберпространстве. В данном контексте широко востребованным становится понятие дискурса новой эмоциональности или чувствительности, суть которого заключается в формировании новой модели эмоционального общения, реализуемой в медиа-пространстве.

3. Среди ключевых терминов, необходимых нам для описания прагматической организации медиадискурса встречаются: 1) коммуникативная стратегия – комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели (О.С. Иссерс); 2) коммуникативная тактика – конкретные действия, которые позволяют стратегии реализоваться в коммуникативной ситуации (О.С. Иссерс) и 3) речевая интенция – намерение говорящего сообщить нечто, передать в высказывании определенное субъективное значение (Г.П. Грайс).

4. В связи с появлением качественно новой научной парадигмы – антропоцентризма, стало необходимым изучать не только сам язык, но и его носителя, т.е. языковую личность (далее – ЯЛ). Существует большое количество разнообразных определений, описаний ЯЛ и подходов к ее изучению. В данной работе ЯЛ определяется вслед за Ю. Н. Карауловым, а в качестве подхода к ее типологии выбран соционический подход А. Аугустинавичюте. Поскольку анализироваться будет ЯЛ в пространстве медиа-дискурса, то в фокусе внимания будет находиться сетевая личность интернет-комментатора. Данное понятие является важнейшим в исследованиях по интернет-коммуникации, поскольку деятельность и социализацию этих личностей мы можем наблюдать на просторах Интернета. Это своего рода «сплав», который позволяет людям полноценно существовать, общаться как в реальном, так и в виртуальном мире.

5. Пандемия коронавируса наложила отпечаток на все сферы жизни, не оставив без внимания и интернет-коммуникацию. На данный момент существует большое количество работ, посвященных изменениям лексического уровня языка, появлению множества неологизмов, метафор, контаминантов, связанных с пандемией. Также исследователи занимаются изучением невербального выражения эмоций в социальных сетях посредством эмоджи. Однако задача изучения изменений в употреблении эмотивов и эмоциональной лексики до и после прихода эпидемии коронавируса в испаноязычных социальных сетях еще не ставилась, с этим связана новизна того лингвистического анализа, который будет проведен в практической части работы.

ГЛАВА 2. «МОДЕЛИРОВАНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК ЭМОЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ СЕТЕВОЙ ЛИЧНОСТИ КОММЕНТАТОРА (НА МАТЕРИАЛЕ ОБСУЖДЕНИЯ ВАКЦИНАЦИИ ОТ COVID 19)»

2.1. Характеристика материала и алгоритм работы

В рамках нашего исследования было принято решение сосредоточить внимание на анализе и интерпретации испаноязычных комментариев в социальной сети Facebook. В качестве источника выступили комментарии к новостным постам электронной версии испанской газеты ‘El País’.

‘El País’ («Страна») — вторая по читаемости испанская ежедневная газета. Число подписчиков и покупателей ‘El País’ составляет полтора миллиона в день, что говорит о ее большой известности в испаноязычном мире. Газета основана в 1976 году, став первой демократической газетой в послефранкистской Испании. Основателем стал Хосе Ортега Спотторно (José Ortega Spottorno). В настоящее время газета принадлежит испанскому медиахолдингу Grupo PRISA.

Помимо печатных изданий, существуют также электронные версии газеты на нескольких языках, включая английский, каталанский и португальский. В последние годы газета уделяет большое внимание развитию именно электронной версии. В марте 2017 года число уникальных читателей сайта составило почти 17,9 миллионов человек — первое место в Испании по этому показателю. Число подписчиков ‘El País’ в Twitter составило шесть миллионов человек, в Facebook — почти четыре миллиона.

Тематическая направленность газеты — общественно-политическая, поэтому целевая аудитория очень обширная и включает в себя все группы населения разных возрастов.

В рамках нашей работы мы выбрали пять статей, посвященных различным аспектам вакцинации от коронавируса:

1) ‘En España ya hay más de 2 millones de vacunados de covid’ (от 11.02.2021), в которой приводятся данные о количестве вакцинированных от коронавируса;

2) ‘Ocho de cada 10 españoles están dispuestos a vacunarse de inmediato, el doble que antes de empezar la campaña’ (от 18.02.2021), где сказано о том, сколько человек на данном этапе готовы добровольно поставить прививку от COVID-19;

3) ‘El miedo a los trombos con la vacuna de AstraZeneca obstaculiza el camino de regreso a la vida normal’ (от 07.04.2021), которая описывает невозможность людей вернуться к обычной жизни из-за боязни тромбоза после вакцинации вакциной AstraZeneca;

4) ‘España amplía la vacunación con AstraZeneca a las personas de hasta 69 años tras suspenderla a menores de 60. En esta reunión no se ha tomado una decisión sobre qué se hará con las personas que ya han recibido una dosis del fármaco. Lo dirán ‘próximamente’ (от 09.04.2021), в ней рассматривается вопрос возраста вакцинируемых и порядок прививания;

5) ‘Riesgo de trombos raros por la vacuna: 20–29 años: 2 en 100.000, 40–49 años: 1 en 100.000, 60–69 años: 0.5 en 100.000, Riesgo de ingreso en UCI por covid:, 20–29 años: 150 en 100.000, 40–49 años: 700 en 100.000, 60–69 años: 1.500 en 100.000’ (от 09.04.2021), как можно увидеть из названия, в статье подсчитываются риски заболевания тромбозом после прививания у людей разных возрастных категорий.

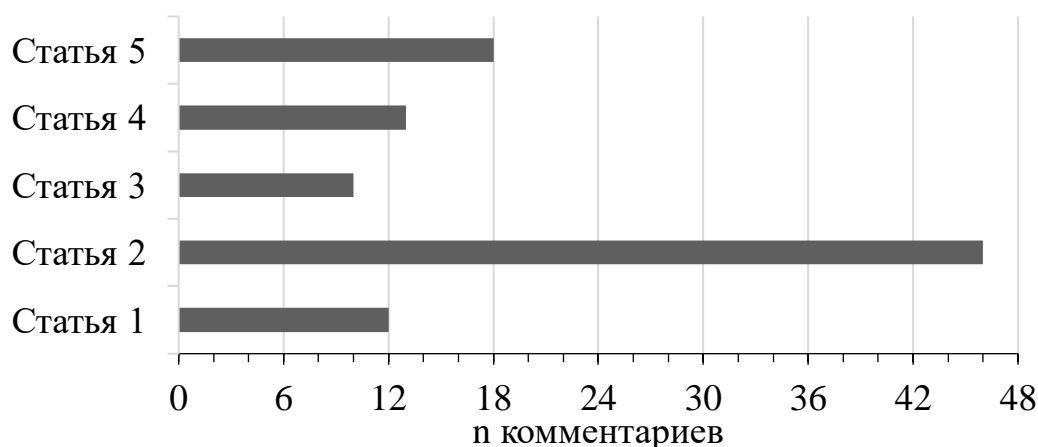


Диаграмма 1. Выбранные статьи и количество комментариев к каждой из них

В качестве материала из первой статьи было взято 12 комментариев, из второй – 46, из третьей – 10, из четвертой – 13 и из пятой статьи – 18.

Данные статьи являются релевантными для нашего исследования, поскольку, во-первых, соответствуют тематике исследования (вакцинация от Covid-19) и во-вторых, в комментариях к ним отчетливо прослеживается эмоциональное отношение к вакцинации, которое нас и интересует в рамках данной работы.

В дальнейшем мы следовали следующему алгоритму:

- 1) выборка статей со страницы газеты El País в Facebook и комментариев к ним;
- 2) текстовый тематический анализ каждого комментария;
- 3) интент-анализ комментариев;
- 4) эмоциональное аннотирование каждого комментария и описание языковых единиц, которые вербализировали данную эмоцию;
- 5) определение объектов эмоциональной реакции, манифестируемой в тексте;
- 6) проведение автоматического анализа тональности текста и сравнение его с экспертным анализом;
- 7) построение лингвосоционической модели различных соционических типов сетевых личностей комментаторов и описание их речевых характеристик.

2.2. Тематическая деривация диалогического текста интернет-комментария

Один из этапов обработки подобранного материала включает в себя тематическую деривацию, в ходе которой выбранные комментарии распределяются по тематическим группам согласно вопросам, рассматриваемых комментаторами.

Для наглядности данных была создана диаграмма, в которой обозначены наиболее популярные темы, обсуждаемые подписчиками в комментариях к статьям.

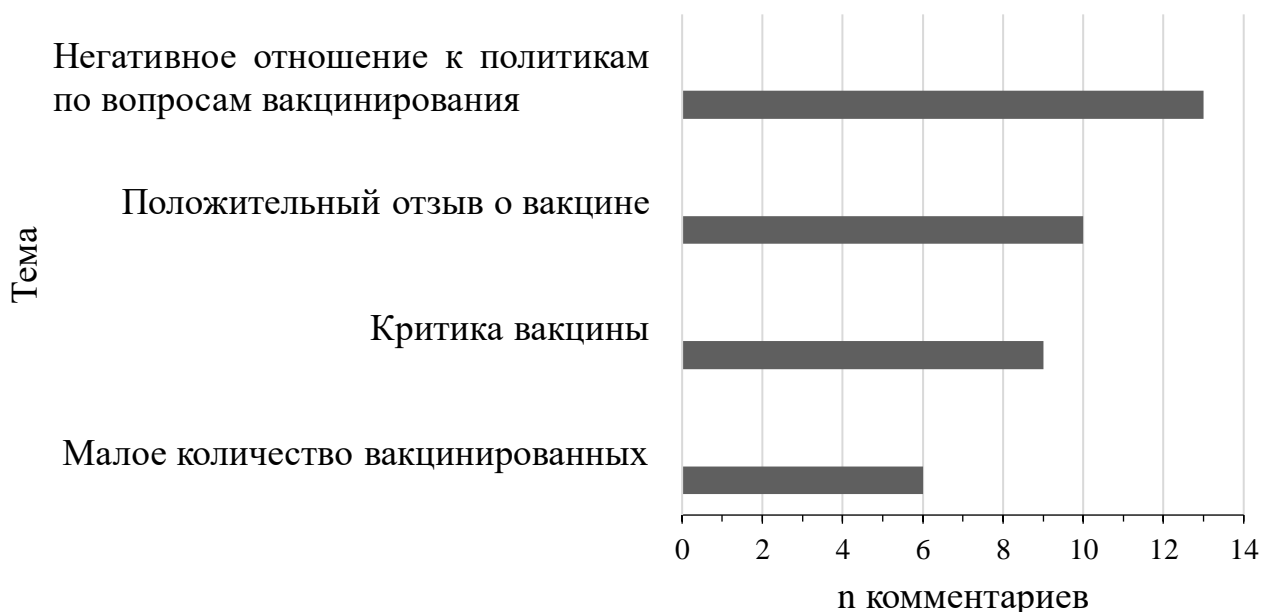


Диаграмма 2. Самые популярные темы и количество комментариев к ним

Количество комментариев по вышеуказанным темам свидетельствует об их остроте и востребованности.

В свою очередь, менее популярными являются следующие темы:

- 1) положительное отношение к политикам в связи с вакцинацией – 1;
- 2) бесполезность вакцинации – 3;
- 3) вакцинация как средство манипуляции – 4;
- 4) негативное отношение к духовенству по вопросам вакцинации – 1;
- 5) неверие в отсутствие отрицательного мнения о вакцине – 1;
- 6) недовольство порядком вакцинирования – 3;
- 7) недовольство СМИ относительно новостей о вакцинации – 4;
- 8) недовольство сроками вакцинации – 2;
- 9) нехватка вакцины – 3;
- 10) сомнения в вакцине – 3;
- 11) необходимость вакцинации – 2;
- 12) нереальность коронавируса – 1;

- 13) отрицание обязательности вакцины – 1;
- 14) смертельная опасность вакцины – 1;
- 15) усталость от обсуждения темы вакцинации – 1;
- 16) побочные эффекты вакцины – 4;
- 17) призыв отказаться от вакцинации – 4;
- 18) ожидание вакцинации – 1;
- 19) согласие на вакцинацию – 2;
- 20) неверие предоставленным данным по поводу вакцинации – 2;
- 21) вакцинация наравне с другими лекарственными средствами имеет свои побочные эффекты – 4.

Помимо тематического распределения, в ходе исследования также был выполнен интент-анализ всех комментариев, в результате которого были определены и проанализированы речевые интенции и стратегии комментаторов.

Интент-анализ текста сформировался как метод лингвистического анализа относительно недавно. В целом, его характеризуют как метод, рожденный на стыке различных наук: психологии, лингвистики, семантики [Тимина, 2013]. Интент-анализ – это теоретико-экспериментальный подход, позволяющий путём изучения высказываний говорящего выявить недоступный при использовании других видов анализа скрытый смысл, намерения и цели, которые влияют на дискурс. Данный метод рассчитан на субъективную оценку со стороны воспринимаемых высказываний. Методическая организация работы состоит в пошаговом оценивании подобранных авторских комментариев. По ходу исследования исследователь отвечает на вопросы о том, что вызвало то или иное высказывание и в чём заключается его цель [Денисенко, Чеботарева, 2008].

Названия большей части интенций были заимствованы нами из монографии сотрудников лаборатории психологии речи и психолингвистики Института психологии РАН под редакцией Т.Н. Ушаковой и Н.Д. Павловой [Смиренский, 2001], остальные названия были придуманы авторами статей.

Интеннт-анализ был проведен авторами выпускной квалификационной работы, а также в роли разметчиков выступили два русскоговорящих студента П.А. Колмогорова и А.С. Сибирская и один испаноговорящий преподаватель Ордоньес Чако́н Себастьян. В целом, мнение всех аннотаторов по вопросу определения интенций комментариев совпало, в тех случаях, когда оно не совпадало, разметчики обсуждали трудности и приходили к общему решению.

В схемах ниже представлены основные данные о корреляции самых обсуждаемых тем и наиболее часто встречающихся интенций комментаторов:

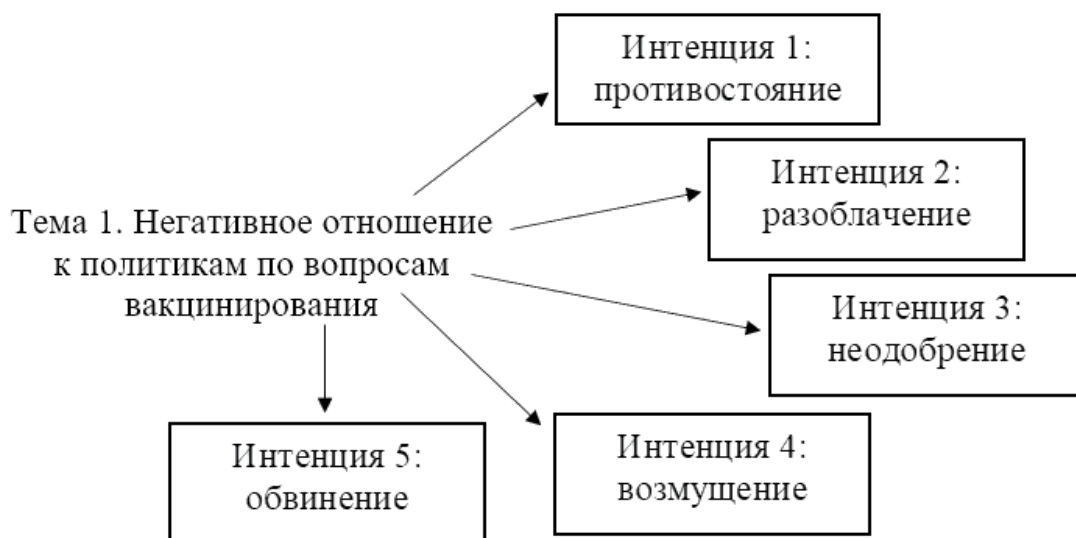


Схема 1. Распределение интенций в комментариях на тему 1

Данная схема показывает то, что комментарии, посвященные теме 1, («Негативное отношение к политикам по вопросам вакцинации») содержат в себе наибольшее количество разнообразных интенций, каждая из которых является негативной по своей направленности и носит конфронтационный характер – противостояние, разоблачение, неодобрение, возмущение и обвинение.

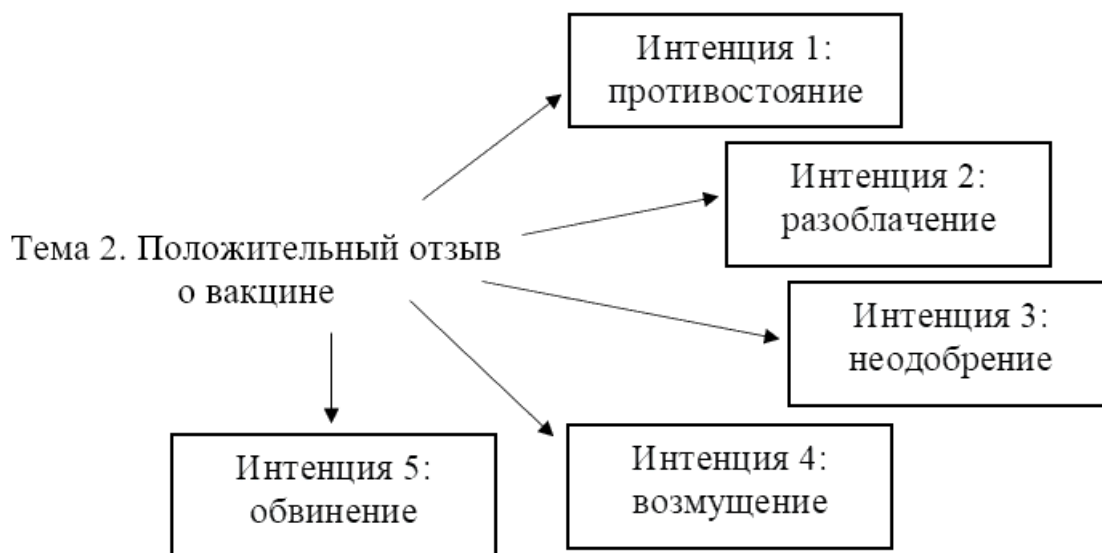


Схема 2. Распределение интенций в комментариях на тему 2

Данная схема отображает интенциональность комментариев, посвященных теме 2 («Положительный отзыв о вакцине»). Можно заметить, что в сравнении с первыми двумя темами интенций стало меньше, одна из них (одобрение) имеет положительный вектор, информирование – нейтральный и противостояние – отрицательный.

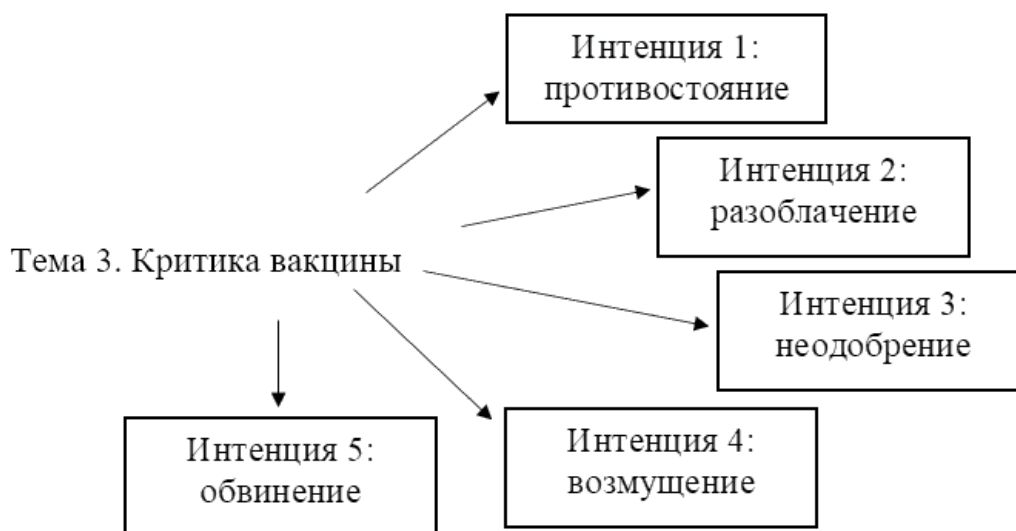


Схема 3. Распределение интенций в комментариях на тему 3

Согласно данной схеме, тема 3 («Критика вакцины») имеет меньшее количество интенций, чем тема 1, однако, все комментарии к данной теме также имеют отрицательные интенции, среди которых противостояние, разоблачение, возмущение и обвинение.

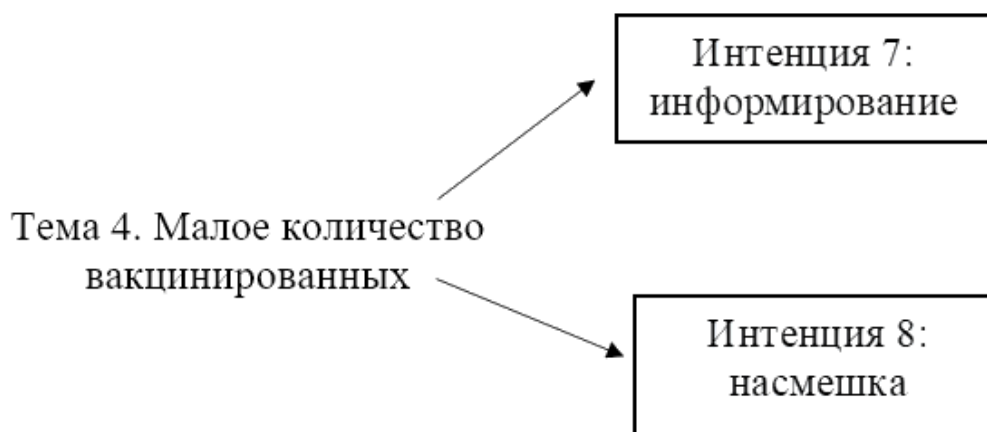


Схема 4. Распределение интенций в комментариях на тему 4

Согласно данной схеме, комментарии по теме 4 («Малое количество вакцинированных») не имеют такого разнообразия интенций, как предыдущие темы, включая в себя относительно нейтральные интенции информирования и насмешки.

Далее мы на некоторых примерах рассмотрим то, с помощью каких лексических единиц, речевых стратегий и тактик происходит вербальная реализация вышеперечисленных интенций.

2.3. Коммуникативные и речевые средства реализации интенций в комментариях к публикациям по теме вакцинации

В дальнейшем анализе интенции будут пронумерованы в соответствии со схемами 1–4 в предыдущих параграфах.

Интенция 1 «Противостояние»:

1) *pues se la pondran a mi cadaver porque a mi, viva, no me la van a poner* (тема «Отказ от вакцинации»)

Автор данного комментария (пр. 1) эксплицитно выражает свой отказ от вакцинации, противопоставляя свое мнение *no me la van a poner* (они меня не привьют) более общему и распространенному. Используя форму глагола 3-го лица множественного числа *no van a poner*, комментатор подчеркивает то, что его отказ категоричен, и она не позволит вакцинировать себя другим людям

даже насильно. Слова *cadaver* (труп) и *viva* (живая) в данном контексте выступают контрарными антонимами, усиливая эмоциональность комментария. В данном случае речевой стратегией автора является стратегия конфронтации, а тактикой – тактика угрозы, которая выражена автором посредством употребления фразы *se la pondran a mi cadaver porque a mi, viva, no me la van a poner*, что по значению эквивалентно русскому «не дамся живой» или «только через мой труп».

2) *no es obligatoria por lo tanto no tienes que justificar si te has puesto la vacuna* (тема «Отрицание обязательности вакцины»)

Данным высказыванием (пр. 2) комментатор противопоставляет свое мнение о том, что вакцинироваться необязательно *no es obligatoria* мнению об ее обязательности для граждан Испании. Использование отрицания говорит о том, что автор четко уверен в информации, которую предоставляет далее *no tienes que justificar si te has puesto la vacuna* (нигде не требуется доказательство того, что вы вакцинированы). Ведущая речевая стратегия данного комментария – конфронтационная, что видно уже из названия самой интенции (противостояние), тактикой является тактика коррекции картины мира адресата, поскольку комментатор уверенно высказывает мнение, отличающееся от чужого.

3) *No hay una persona cada millón. Hay muchos más, entre ellos muertes. Claro que todas las vacunas COVID tienen esos efectos ocultos, y digo ocultos porque no se notifican.* (тема «Побочные эффекты вакцины»)

В данном комментарии (пр. 3) можно заметить противостояние, выраженное отрицательной частицей *no*, которая используется автором с целью отрицания ранее высказанного мнения. Далее автор приводит противоположную информацию *Hay muchos más* (их намного больше), что снова показывает интенцию комментария. Помимо этого, можно заметить такое лексическое средство выразительности, как лексический повтор слов *ocultas* (скрытые, неясные), что служит способом акцентирования внимания читателей к тому, что в вакцине может таиться скрытая угроза. Ведущей

стратегий здесь снова будет стратегия конфронтации, поскольку одно мнение противопоставляется другому. Речевые тактики, реализуемые комментатором – тактика упрека: автор упрекает СМИ в сокрытии истинных данных; тактика деуалирования правды: комментатор открывает людям глаза на то, как в действительности обстоят дела.

Интенция 2 «Разоблачение»:

4) *será unos cuantos impresentables: la mayoría de los políticos no han mangado vacunas* (тема «Негативное отношение к политикам по вопросам вакцинации»)

В данном высказывании (пр. 4) оценочное прилагательное *impresentables*, которое в этом контексте можно перевести как неприглядно, показывает отношение автора к фактам, высказанным далее. Комментатор открывает аудитории неприятный факт, противоположный общепринятому мнению о том, что многие политики уже испытали на себе вакцину *la mayoría de los políticos no han mangado vacunas* (большинство политиков не прививались от коронавируса). Стратегия, реализуемая автором – стратегия конфронтации, поскольку высказывается отличное от другого, более негативное мнение. Тактики, реализуемые в комментарии – тактика коррекции картины мира адресата и деуалирования правды, поскольку автор разоблачает факт того, что большинство политиков не делали прививок.

5) *Eso es lo que buscaban con esa campaña pro vacuna. Todo un espectáculo grotesco* (тема «Критика вакцины»)

Автор комментария (пр. 5) с негодованием открывает аудитории факт того, что все связанное с положительной стороной вакцины – ложно, преувеличенно и наигранно. Комментатор передает эту мысль, используя такое словосочетание как *un espectáculo grotesco*, в котором прилагательное *grotesco*, описывающее кампанию по вакцинации, имеет отрицательную коннотацию. Ведущей стратегией здесь является стратегия конфронтации, так как автор негативно высказывается о кампании по вакцинации. Реализуемые

тактики – тактика девуалирования правды и коррекции картины мира, поскольку комментарий носит разоблачающий характер, а также тактика оскорбления, реализуемая посредством использования слов с негативной коннотацией.

б) *De que se van a vacunar? de un virus que nadie ha encontrado .pero sí sacan una vacuna ..en meses que raro ..esa vacuna mata y enferma a la gente ..no engañéis a la gente farsantes ..* (тема «Нереальность коронавируса»)

Данный комментарий (пр. 6) автор начинает с риторического вопроса *De que se van a vacunar?* (*от чего нас собираются вакцинировать?*), ответ на который смело можно назвать разоблачающим, поскольку, по мнению автора, коронавирус – это выдумка, от которой страдают незнающие люди. Использование отрицательного местоимения усиливает категоричность мнения автора *nadie ha encontrado*, а использование глаголов *matar* (*убивать*) и *enfermar* (*делать больным, калечить*) с существительным *vacuna* (*вакцина*) позволяет автору более образно раскрыть пагубное влияние вакцины на людей. Речевая стратегия комментатора – стратегия конфронтации, поскольку мы видим разоблачающую информацию, которая противопоставлена общеизвестному мнению. Основная тактика, реализуемая в комментарии – тактика коррекции картины мира, автор хочет доказать людям, что коронавируса не существует.

Интенция 3 «Неодобрение»:

7) *Pero vamos a ver....no decíais que se vacunaran con la AstraZeneca los políticos primero???* *Pues ya está. Joder* (тема «Недовольство порядком вакцинирования»)

В данной комментарии (пр. 7) интенция неодобрения выражается в том, что комментатор использует инвектив *joder*, спрашивая о том, действительно ли политиков привили первыми *que se vacunaran con la AstraZeneca los políticos primero???*. Использование сразу трех вопросительных знаков в конце предложения усиливает эмоциональность комментария. Стратегия данного комментария конфронтационная, потому что заметно использование

негативно-оценочных слов и выражений, включая инвектив. Стратегия реализуется через достаточно сложное сочетание тактик. Одна из них – контактоустанавливающая: используя в качестве вводной фразы *pero vamos a ver* (но давайте-ка посмотрим), автор обращается к другим комментаторам, пытаясь настроить их на совместное раздумье. Следующая тактика – тактика косвенного запроса информации, автор спрашивает, правда ли, что политиков привили первыми. Наконец, тактика высказывания неудовольствия в адрес политиков, реализуемая при помощи использования нецензурной лексики.

8) *Las abuelas con 85 sin vacunar y el albondigo este ya vacunado, menuda política de vacunación eh.* (тема «Недовольство порядком вакцинирования»)

В данном комментарии (пр. 8) так же, как и в предыдущем, автор не одобряет порядок вакцинирования граждан. Использование такой лексической единицы, как *el albondigo*, что в обычных случаях обозначает мясной рулет, сосиску, показывает неодобрение или даже оскорбление комментатором одного из вакцинированных политиков. В последней части предложения комментатор использует междометие, выражающее досаду, негодование, неодобрение – *eh*. Стратегия данного комментария конфронтационная, поскольку автор выражает свое недовольство, переходя на личности. Основные тактики – это тактика высказывания неудовольствия и тактика оскорбления, реализуемые за счет употребления слов, оскорбляющих политика.

Интенция 4 «Возмущение»:

9) *Y siguen poniéndola sabiendo que es la única vacuna que está dando problemas retirarlas ya y no juguéis con las personas que verguenza . .* (тема «Критика вакцины»)

Исходя из того, что автором (пр. 9) употребляются такие лексические единицы, как *verguenza* (позор), *problemas* (проблемы, зд. со здоровьем) можно сказать о том, что он возмущен выбором вакцины и тем, что людей продолжают вакцинировать, зная о возможных побочных эффектах *retirarlas*

ya y no juguéis con las personas. Конфронтационная стратегия данного комментария прослеживается в его содержании: автор разочарован в кампании по вакцинации. Речевые тактики, используемые в комментарии: тактика упрека (автор упрекает ответственных за вакцину в намеренном использовании ее некачественной версии), тактика побуждения (автор побуждает перестать ставить вакцину, имеющую такое количество побочных эффектов) и тактика высказывания неудовольствия.

10) *Esto es de VERGÜENZA. ESTA CLARO QUE HAY UNOS INTERESES POR PARTE DEL GOBIERNO. EL MISMO QUE LUEGO SE LAVARÁ LAS MANOS CUANDO SE SUMEN LOS FALLECIDOS. DIMISIÓN YA PSOE* (темы «Негативное отношение к политикам» и «Критика вакцины»)

Возмущение комментатора можно заметить по внешнему виду комментария (пр. 10): негативные слова, выражающие возмущение такие, как *VERGÜENZA, FALLECIDOS, DIMISIÓN* автором написаны прописными буквами, что показывают высокую эмоциональность комментария. Автор недоволен тем, что Испанская социалистическая рабочая партия *PSOE* в дальнейшем не будет нести ответственность за последствия вакцинации *SE LAVARÁ LAS MANOS*, хотя она должна это делать. Конфронтационная стратегия здесь реализуется при помощи речевых тактик обвинения и упрека (автор обвиняет и упрекает государство в безразличии к умершим от побочных эффектов вакцины). Также в данном комментарии реализуется тактика коррекции картины мира адресата, разоблачающая последующее поведение Испанской социалистической рабочей партии.

11) *nos gobiernan una panda de psicópatas a comisión de la Mafia farmacéutica. Y lo peor de todo la gente entra voluntariamente al matadero, peor que el ganado.* (темы «Вакцинация как средство манипуляции» и «Негативное отношение к политикам по вопросам вакцинации»)

В данном комментарии (пр. 11) автор употребляет слова с исключительно отрицательной коннотацией, например, называет правительство «бандой психопатов» – *panda de psicópatas*, которая работает

на «фармацевтическую мафию» – *la Mafia farmacéutica*. Также комментатор сравнивает людей со скотом: «на убой» – *la gente entra voluntariamente al matadero, peor que el ganado*. Стратегия конфронтации в данном комментарии реализуется посредством следующих речевых тактик: тактика коррекции картины мира адресата (автор разоблачает чиновников и фармацевтов Испании), тактика оскорбления (автор говорит, что ими управляет банда психопатов и фармацевтическая мафия) и тактика упрека (автор упрекает население в излишней покорности, сравнивая его со скотом на убой).

Интенция 5 «Обвинение»:

12) *Sinvergüenzas, Manipuladores* (тема «Вакцинация как средство манипуляции»)

Своим комментарием (пр. 12) автор обвиняет и оскорбляет людей, ответственных за кампанию по вакцинации, используя в качестве существительного прилагательное *sinvergüenzas*. Речевая стратегия комментария – стратегия конфронтации, так как из высказывания видно отрицательное отношение автора ко всей кампании по вакцинации. Реализуемые речевые тактики – тактика высказывания неудовольствия и тактика оскорбления, которые вербализуются за счет употребления слов с негативной коннотацией *Sinvergüenzas* в адрес людей, ответственных за вакцинацию населения.

13) *No he entrado en un bar no he ido a la peluquería em más de un año y ahora quieren que arriesgue todo con Astra Zeneca no veo que sea justo cuando miles de personas están de fiesta cada día de la pandemia*. (тема «Критика вакцины»)

В данном комментарии (пр. 13) автор возмущается отношением людей к пандемии, обвиняя и обличая их в том, что они подвергают риску не только себя, но и окружающих. Фраза *no veo que sea justo* (перевод) показывает то, что автор считает несправедливым праздный образ жизни во время коронавирусной пандемии. Речевая стратегия данного комментария – стратегия конфронтации, поскольку весь комментарий наполнен негативными

выражениями в адрес «праздного» испанского населения (*personas están de fiesta cada día de la pandemia*). Речевая тактика высказывания неудовольствия и упрека выражается в отношении автора к испанцам, которые не считают нужным соблюдать карантинный режим.

14) *La vacuna AstraZeneca es segura...!! Y se me llaman para ponérmela no dudo en ponérmela..el riesgo es muy bajo y el miedo es la incertidumbre q hay por culpa estos gobernantes q no dan ni una en el clavo (hoy una cosa mañana otra).. y lo contaminan todo..* (тема «Положительный отзыв о вакцине»)

В данном случае комментатор (пр. 14) упрекает и обвиняет политиков в распространении ложной информации. Слово *culpa* (вина) является основным в данном контексте, поскольку отображает интенцию обвинения. Кроме этого, глагол *contaminar* в данном случае метафорично употреблен в отношении политиков, обвиняя их в «засорении» умов граждан. Стратегия конфронтации выражается в том, что автор комментария утверждает, что постоянно сомневающиеся во всем политики портят жизнь населению. Основными тактиками являются тактика высказывания неудовольствия, тактика высказывания уверенности, в данном случае, уверенности в положительном влиянии вакцины, а также тактика обвинения, поскольку здесь автор обвиняет политиков в их излишней неуверенности.

Интенция 6 «Одобрение»:

15) *¡Muy bien! La vacunación masiva es la única solución.* (тема «Положительный отзыв о вакцине»)

В данном случае комментатор (пр. 15) высказывает свое положительное отношение к кампании по вакцинированию и к вакцине, в частности. Словосочетание *muy bien*, пунктуационно оформленное восклицательными знаками выражает большую степень удовольствия. В высказывании отсутствуют слова с негативной коннотацией и отрицательные конструкции, следовательно, комментарий является положительным и одобрительным. Основная речевая стратегия комментария – это положительная стратегия кооперации, поскольку в данном комментарии нет маркеров противостояния,

оскорблений и т.д. Реализуется данная стратегия за счет тактики поддержки источника информации и тактики похвалы: комментатор говорит, что идея вакцинации, описанная в новостной статье, очень хорошая и является единственным способом решить проблему коронавирусной инфекции *¡Muy bien!*

16) *Hay que agradecerse a los políticos que se han vacunado antes de tiempo, si ellos la quieren, es que es segura* (тема «Положительное отношение к политикам в связи с вакцинацией»)

Данный комментарий (пр. 16), как и предыдущий, содержит только слова с нейтральной и положительной коннотацией, например, *agradecerse* (благодарить их), *segura* (безопасная), *quieren* (нравиться). Стратегия кооперации в данном комментарии реализуется при помощи тактики убеждения и тактики апелляции к авторитету социального института (власти), когда автор приводит аргумент о том, что, если политикам данная вакцина понравилась, значит она действительно безопасна, а также за счет тактики побуждения к благодарности, автор считает, что политиков следует похвалить за их инициативность в вопросах вакцинирования.

17) *Vemos que no mueren alcaldes ni obispos y eso da mucha confianza en la vacuna* (тема «Положительный отзыв о вакцине»)

Данный комментарий (пр. 17) является одобрительным, поскольку комментатор выражает свое доверительное отношение к вакцине, используя существительное *confianza* (вера). Как и в двух предыдущих комментариях, речевая стратегия здесь – стратегия кооперации, поддерживающая идею о плюсах вакцины. Реализуется она за счет контактоустанавливающей тактики и тактики убеждения. Когда автор использует глагольную форму на «мы» *vetos* (мы видим), он в каком-то смысле объединяет себя с читателем и показывает ему, что, если от вакцины не умерли высокопоставленные лица, всем остальным, включая автора, нечего бояться.

Интенция 7 «Информирование»:

18) *No hará falta que queramos o no, nos veremos obligados a ello para poder trabajar o viajar. Será obligatoria sin que te digan que lo es.* (тема «Необходимость вакцинации»)

Данный комментарий (пр. 18) был написан с целью проинформировать остальных участников коммуникации о том, что вакцинирование на самом деле необходимо и это не зависит от нашего желания или нежелания *No hará falta que queramos o no*, автор здесь упоминает о безоговорочной обязательности вакцинирования, оглашать которое нет необходимости *Será obligatoria sin que te digan que lo es*. Стратегия кооперации в данном комментарии реализуется посредством тактики высказывания личного мнения с целью проинформировать читателей о факте необходимости вакцинирования и с помощью тактики апелляции к безличному авторитету, упоминая обязательность вакцинирования *Será obligatoria sin que te digan que lo es*.

19) *Yo desde luego estoy deseando que me vacunen. Con Astrazeneca o con la que sea.* (тема «Ожидание вакцинации»)

В данном случае, автор комментария (пр. 19) высказывается о своем желании вакцинироваться *estoy deseando*, здесь герундиальная конструкция служит для того, чтобы показать длительность процесса и акцентировать внимание на своем желании. При этом, комментатору непринципиален выбор вакцины: *Con Astrazeneca o con la que sea*. В данном комментарии стратегией будет являться положительная стратегия кооперации, реализуемая при помощи тактики высказывания личного мнения, в данном случае, высказывание ожидания автором своей очереди на вакцинацию.

20) *Me presento voluntaria para poner la vacuna.* (тема «Согласие на вакцинацию»)

Комментатор (пр. 20) высказывает свое добровольное *voluntaria* согласие на вакцинацию, не высказывая при этом никаких претензий или иных замечаний, следовательно, его целью, интенцией являлось проинформировать других комментаторов о своем решении. В данном комментарии стратегией

будет являться стратегия кооперации, реализуемая при помощи тактики высказывания личного мнения – слова автора просто ставят остальных читателей в известность о решении комментатора, никоим образом не навязывая при этом свое мнение.

Интенция 8 «Насмешка»:

21) *La vacunación va como los trenes en Extremadura* (тема «Малое количество вакцинированных»)

Комментатор (пр. 21) использует лексический прием сравнения, сопоставляя скорость вакцинирования со скоростью поездов в Эстремадуре, одном из автономных сообществ страны. Для того, чтобы уловить иронию, необходимо иметь некие пресуппозиции, а именно, знание о том, что поезда в Эстремадуре считаются самыми медленными во всей Испании. Как и в последующих двух комментариях, стратегия конфронтации здесь выражается посредством тактики иронии, выраженной в сравнении скорости вакцинации со скоростью самых медленных поездов Испании.

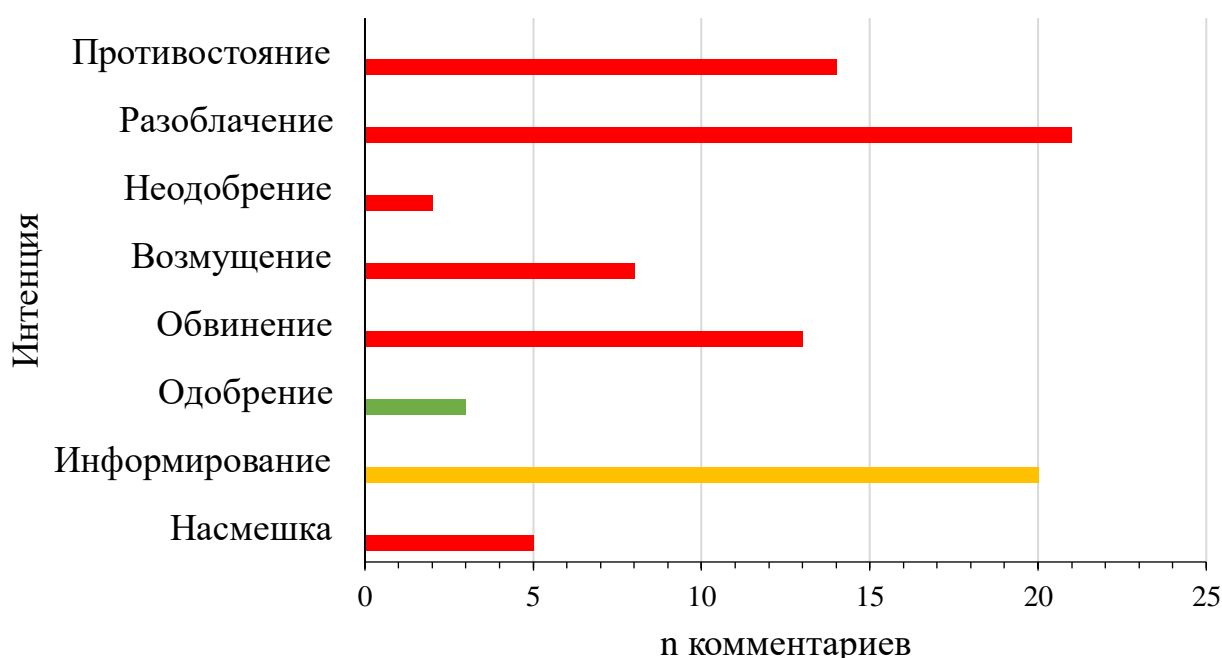
22) *Que buena noticia. Con eso tan solo faltan 45 Milliones de vacunados...* (тема «Малое количество вакцинированных»)

Автор данного комментария (пр. 22) насмехается над новостью о количестве вакцинированных. Сарказм проявляется в использовании наречия *solo* в сочетании с числительным *45 Milliones*, также в употреблении стилистического приема антифразиса в конструкции с частицей *que* (*que buena noticia*). Подобные высказывания обычно пунктуационно оформляются восклицательными знаками *¡!*, но в данном случае автор решил поставить точку, имплицитно выражая свое негативное отношение к вопросу. Стратегия конфронтации реализуется автором за счет тактики саркастического замечания, при помощи которой он высказывает свое недовольство.

23) *Cuando nos llegue el turno haya por 2023 jjjj ya nos pondrán otra vacuna, q abarque todas las cepas* (тема «Малое количество вакцинированных»)

В данном комментарии (пр. 23) автор высмеивает то, с какой скоростью происходит вакцинирование в Испании. Использование своеобразного междометия *jiji*, который можно расценить, как недобрую усмешку, показывает насмешку над всей ситуацией в целом. Также гипербола, заметная в словах *nos pondrán otra vacuna, q abarque todas las cepas* (нам сделают новую вакцину сразу от всех штаммов) здесь также выступает как показатель интенции насмешки. Стратегия конфронтации в данном комментарии является основной, реализуемые тактики – тактика высмеивания и тактика высказывания неудовольствия, которая реализуется посредством иронии.

Диаграмма 3. Частота реализации интенций в комментариях



На данной диаграмме представлено, с какой частотой встречаются определенные интенции в подобранном материале. Можно заметить, что самыми часто встречающимися являются негативные интенции противостояния, разоблачения и обвинения, а также нейтральная интенция информирования.

Для наглядности данных обратимся к следующей итоговой таблице стратегий и тактик, при помощи которых различные интенции реализуются в тексте комментариев.

Таблица 2. Интенции и реализуемые в них стратегии и тактики

«Негативные» интенции (Насмешка, обвинение, возмущение, неодобрение, разоблачение, противостояние)	«Нейтральная» интенция (Информирование)	«Положительная» интенция (Одобрение)
Коммуникативные стратегии		
1. Стратегия конфронтации	1. Стратегия кооперации	1. Стратегия кооперации
Коммуникативные тактики		
1. Тактика угрозы	1. Тактика высказывания личного мнения	1. Тактика поддержки источника информации
2. Тактика коррекции картины мира адресата		2. Тактика похвалы
3. Тактика упрека		3. Тактика побуждения
4. Тактика девуалирования правды		4. Контакттоустанавливающая тактика
5. Тактика обвинения		5. Тактика убеждения
6. Тактика высказывания недовольствия		6. Тактика апелляции к авторитету социального института (власти)
7. Тактика косвенного запроса информации		
8. Тактика побуждения		
9. Тактика высмеивания		
10. Контакттоустанавливающая тактика		

Произведенный интент-анализ материала позволяет сделать следующие выводы:

1) Встречающиеся в комментариях «негативные» интенции такие как противостояние, разоблачение, неодобрение, возмущение, обвинение и насмешка всегда реализуются за счет стратегии конфронтации при помощи разнообразных речевых тактик, среди которых тактики угрозы, коррекции картины мира адресата, упрека, девуалирования правды, обвинения, высказывания недовольствия, косвенного запроса информации, контакттоустанавливающая тактика, тактика побуждения, высмеивания и высказывания недовольствия. Среди лексических средств реализации данных интенций встречаются прилагательные (*impresentables, jcultos, grotesco etc.*), существительные (*sinvergüenzas, manipuladores, problemas etc.*)

и глаголы (*morir, enfermar, matar, contaminar etc.*) с отрицательными коннотациями, также, характерно частое употребление выражений с отрицательной частицей *no* (*no me la van a poner, no es obligatoria etc.*) и отрицательным местоимением *nadie* (*nadie ha encontrado*), использование глаголов в форме 3 л. мн.числа (*no me la van a poner*), употребление междометий, выражающих недобрую усмешку (*jiji*). Среди стилистических приемов: ироничное сравнение (*La vacunación va como los trenes en Extremadura*) и риторический вопрос (*De que se van a vacunar*). Кроме того, единожды встретился инвектив *joder*.

2) Нейтральная интенция информирования в комментариях реализуется посредством стратегии кооперации. Речевая тактика для интенции информирования – тактика высказывания личного мнения (*Me presento voluntaria para poner la vacuna*). Основным показателем данной интенции является проявление категорий говорящего: предикатов мнения, оценки, местоимений первого лица единственного числа и субъективной модальности *Yo desde luego estoy deseando, Me presento etc.* Также присутствует тактика апелляции к безличному авторитету *Será obligatoria sin que te digan que lo es*.

3) «Положительная» интенция одобрения реализуется стратегией кооперации при помощи тактик поддержки источника информации, похвалы, побуждения, контактоустанавливающей тактики, тактики убеждения и тактики апелляции к авторитету социального института (власти). Что касается лексических средств вербализации вышеупомянутых интенций, среди них встречаются пунктуационно оформленные маркеры одобрения, например, *¡Muy bien!* слова с положительной коннотацией такие как *confianza, querer, segura* и *si ellos (политику) la quieren, es que es segura*.

2.4. Специфика вербализации эмоций в интернет-комментариях

В ходе нашей работы также была произведена эмоциональная разметка подобранных комментариев, анализ которой позволяет описать вербальные средства выражения указанных эмоций в данных комментариях.

Эмоция 1 «Гнев»:

Говоря о синтаксических средствах выражения эмоций, наиболее частотным средством является их пунктуационное оформление. Наличие большого количества восклицательных, вопросительных знаков и многоточий усиливает эмоциональную окраску комментариев:

24) *Pues muy pocos aun!!! Se necesita mucha más rapidez, no podemos prolongar ni aguantar ésto más. Un desastre en perdida de vidas, de economía, de puestos de trabajo.... vacunas y más vacunas !!!*

Данный комментарий (пр. 24) содержит сразу шесть восклицательных знаков, которые показывают чрезмерную эмоциональность и пылкость автора комментария. Первые 3 знака стоят после фразы *Pues muy pocos aun* (*все еще очень мало*), здесь автор имеет в виду малое количество вакцины в Испании, следующая фраза, оформленная восклицательными знаками, звучит как настойчивое и горячее требование увеличения количества поставляемой вакцины *vacunas y más vacunas !!!* Многоточие в середине предложения во время перечисления всех негативных последствий отсутствия достаточного количества вакцины дает читателю комментария понять, что список их намного внушительнее *Un desastre en perdida de vidas, de economía, de puestos de trabajo....* В данном случае объектом эмоции гнева будет являться вакцинация, а точнее, факт того, что ее недостаточно в стране.

25) *No me vale tu comentario!!!!*

В данном случае (пр. 25) автор комментария эмоционально реагирует на предыдущего комментатора, давая понять, что его/ее мнение ему абсолютно безразлично. Восклицательные знаки в конце комментария показывают то, что автор комментария хочет очень ярко показать то, что мнение другого человека

не является авторитетным для него. Объектом эмоции является мнение другого комментатора.

26) *Todo lo tienen bien planeado, si no metieran entre medio este teatrillo de “dimisión o expulsión” no te lo creerías verdad?? Tú tranquilo que estos que han “dimitido” volverán pronto a sus cargos o a otros con los mismos privilegios, mientras a ti ya se te habrá pasado el cabreo de su “vacuna” y te habrás vacunado por creer que es segura. Has visto que buena táctica tienen?? Aunque esto los 🐷🐷🐷 no lo ven y sois la mayoría, vais directos al matadero y los demás no podemos ayudaros. Lo siento!!!*

В данном случае автор использует большое количество вопросительных знаков для того, чтобы привлечь публику к обсуждению задаваемых им вопросам, объединить комментаторов и показать им всю правду о кампании вакцинации *Has visto que buena táctica tienen??* Неоднократное использование кавычек показывает то, что автор разгневан на кампанию по вакцинации и тех, кто является ответственным за нее *el cabreo de su “vacuna”*. Используя кавычки, он выражает высокий уровень своего сарказма. В конце комментария автор «кричит» о том, что он/она не виновен/виновна в том, что люди ведут себя как скот, которым легко можно управлять и манипулировать *Lo siento!!! (уж извините!!!)*. Объект эмоции – ответственные за кампанию по вакцинации и население, которое автор сравнивает со скотом на убой.

27) *Pues mejor, así cuando te toque ya sabes si es eficaz o tiene contraindicaciones. Ton-te-rias, hay que ver!!!*

В данном комментарии (пр. 27) автор эмоционально восклицает, что прежде чем испытывать что-то на себе, нужно все точно посмотреть и проверить. Использование сразу трех восклицательных знаков в конце предложения переносит акцент внимания на требования, выраженное безличной модальной конструкцией *hay que ver (нужно/следует посмотреть)*. В данном случае объектом эмоции будет являться испанское население, утверждающее, что необходимо рисковать и вакцинироваться.

28) *El País un periódico que no dice ninguna verdad!! No le creo nada!!!*

Данный комментарий (пр. 28) направлен на дискредитацию самой газеты El País. Использование нескольких восклицательных знаков после каждого из предложений усиливает эмоциональность комментария, позволяя читателю буквально слышать крик комментатора, его гнев и раздражение. Объектом эмоции гнева в данном комментарии является источник информации – газета El País, статьи которой автор считает ложными.

29) *La vacuna es una farsa!!! Como este gobierno!!! Si da igual la vacuna... Teniendo gente como vosotros en España ya es la muerte y la ruina.... Os podéis vacunar contra Sánchez e iglesias también... Igual os baja la luz este mes jajajajaja*

В данном случае (пр. 29) пунктуация снова является ведущим средством вербализации эмоции гнева, поскольку, читая данный комментарий, невозможно не обратить внимания на резкие высказывания, обособленные восклицательными знаками или многоточием. Также в конце автор употребляет междометие, показывая, так называемый, злобный смех над всей ситуацией *jajajajaja*. Объектами эмоции в данном комментарии являются вакцина и ответственные за нее.

30) *Dejar de mentir ¡!! Medio vacunados, vacunados totales no llega ni a 1 millón.*

Восклицание *Dejar de mentir ¡!!* в данном случае (пр. 30) оформлено пунктуационно неправильно, в обычных случаях испанцы оформляют восклицания следующим образом: *¡Dejar de mentir!*, но здесь мы видим, что автор либо специально расположил знаки препинания именно так, чтобы акцентировать внимание читателей комментария на само восклицание, либо он был настолько разозлен, что сделал опечатку. В любом случае, данный маркер является показателем гнева комментатора. Объектом данной эмоции будет являться источник информации, так как восклицание *Dejar de mentir ¡!!* (*прекратите врать!*) здесь адресована автору/авторам газетной статьи.

Среди лексических средств вербализации эмоции гнева самыми распространенными являются эмоционально негативные слова, включая инвективы, оскорбления:

31) *Pero vamos a ver....no decíais que se vacunaran con la AstraZeneca los políticos primero ??? Pues ya está. Joder*

В данной комментарии эмоция гнева выражается в том, что комментатор использует инвектив *joder*, спрашивая о том, действительно ли политиков привили первыми *que se vacunaran con la AstraZeneca los políticos primero???*. Кроме того, в данной комментарии эмоция гнева также вербализуется за счет употребления сразу трех вопросительных знаков в конце. Объектом эмоции в данной комментарии являются ответственные за кампанию по вакцинации.

32) *Y, ¿por qué es relevante? Yo también me vacuné hace 15 días con AstraZeneca, y mucha más gente, y así hasta que estemos todos... No sabéis que publicar para llamar la atención. Periodismo mal.*

Своими высказываниями автор дискредитирует источник информации (пр. 32), употребляя такую фразу как *no sabéis que publicar para llamar la atención* (уже и не знаете, что опубликовать, чтобы привлечь внимание) и оценочный эпитет *periodismo mal* (плохая газета).

33) *Y con esta estadística que se han sacado del bolsillo, aun habrá más gente que piense "pues si hay más gente que quiere vacunarse no será tan malo. Yo también quiero..." Mundo de borregos manipulables fácilmente...*

Автор комментария (пр. 33) гневно оскорбляет статистику, приведенную в статье *esta estadística que se han sacado del bolsillo* (статистика, высосанная из пальца/досл. статистика, которую они вытащили из кармана), *sacar del bolsillo* в данном случае является фразеологизмом. Кроме того, комментатор негативно отзывается о людях, согласных на вакцинацию, называя их легко манипулируемыми баранами *borregos manipulables fácilmente*, данное выражение является инвективой метафорического характера. В данном случае эмоция гнева обращена на статистические данные и народ, согласившийся вакцинироваться.

34) *póntela y adiós baby lo pasarás muy mal suerte*

В данном случае (пр. 34) слова автора обращены к одному из комментаторов, который высказал свою готовность вакцинироваться. Используя негативно окрашенную разговорную лексику, автор гневно реагирует на сообщение другого комментатора и пугает его тем, что его ждут плохие последствия *lo pasarás muy mal suerte*.

35) *Y tú eres una tonta del bote y nadie te lo dice. La vacuna de AstraZeneca está fabricada con otro virus (un adenovirus) que ha sido modificado para transportar el gen que da las instrucciones para producir la proteína*

Данный комментарий (пр. 35) является ответным на высказывание другого комментатора и является гневным осуждением последнего. Автор прямо оскорбляет другого комментатора, употребляя фразеологизм *una tonta del bote*, которую можно перевести как глупая, недалекая. То есть, эмоция гнева здесь вербализуется за счет оскорблений. Объектом эмоции, соответственно, будет мнение другого комментатора.

36) *La vacuna es una farsa!!! Como este gobierno!!! Si da igual la vacuna... Teniendo gente como vosotros en España ya es la muerte y la ruina.... Os podéis vacunar contra Sánchez e iglesias también... Igual os baja la luz este mes jajajajaja*

Очень резко и негативно высказываясь в адрес вакцины и государства (пр. 36) *La vacuna es una farsa!!! Como este gobierno!!! (и вакцина, и государство – сплошной фарс!!!)*, автор выражает свое эмоциональное отношение к проблеме вакцинации. Такие гиперболы, как *la muerte (смерть)*, *la ruina (развалины)*, употребленные автором в отношении Испании также способствуют вербализации эмоции гнева. Объектом эмоции, следовательно, будет являться как вакцина, так и государство, ответственное за эту вакцину.

37) *No hay dos millones de vacunados embusteros, que penséis que somos idiotas vale, pero no nos tratéis como tal de forma tan descarada...*

Комментатор утверждает (пр. 37), что информация о двух миллионах привитых испанцев – это ложь, указывая на то, что те, кто говорит об этом,

держат людей за дураков *penséis que somos idiotas vale*. Далее, автор гневно призывает такие источники информации перестать нагло врать людям *no nos tratéis como tal de forma tan descarada*. Еще одним лексическим средством выражения эмоции гнева является употребление негативно-оценочного эпитета *descarada*. Объект эмоции – источник информации.

38) *nos gobiernan una panda de psicópatas a comisión de la Mafia farmacéutica. Y lo peor de todo la gente entra voluntariamente al matadero, peor que el ganado*

В данном комментарии (пр. 38) эмоция гнева вербализуется за счет употребления автором слов с исключительно отрицательной коннотацией, например, правительство, по его мнению, «банда психопатов» – *panda de psicópatas*, которая работает на «фармацевтическую мафию» – *la Mafia farmacéutica*. Оба словосочетания являются инвективами на основе метафоры. Также комментатор использует образное сравнение – сравнивает людей со скотом «на убой» – *la gente entra voluntariamente al matadero, peor que el ganado*.

39) *Manipuladores no me creo en nada, lo barato sale caro, continuamos a ser números y billetes bien gordos para sus bolsillos*

Помимо того, что автор в данном случае (пр. 39) называет ответственных за вакцинацию манипуляторами *manipuladores*, он подчеркивает то, что ни капли им не верит, используя двойное отрицание *no me creo en nada*. Более того, автор использует популярную поговорку *lo barato sale caro*, русский эквивалент которой звучит как «скупой платит дважды». Автор при помощи поговорки выражает свое негодование по поводу того, что правительство выделило недостаточно много средств для лучшей вакцинации. И наконец, в последней своей фразе автор проводит параллель между людьми и деньгами, используя метафору *continuamos a ser números y billetes bien gordos para sus bolsillos* (мы продолжаем быть лишь цифрами и толстыми купюрами, подходящими для их кошельков). Таким образом, эмоция гнева в

данном комментарии направлена на государство, политиков, занимающихся вопросами вакцинирования.

40) *A ver cuantas personas por millon tienen efectos adversos por un ibuprofeno...pero es mejor hacer prensa de mierda y meter miedo.*

Своими словами комментатор (пр. 40) выражает недовольство прессой, которая пытается запугать население сообщениями о страшных побочных эффектах вакцинации, используя при этом инвектив *mierda*. В данном контексте объектом эмоции гнева становится источник информации, пресса, распространяющая информацию о побочных эффектах вакцинации.

Среди графических средств встречаются слова, написанные заглавными буквами, слова, в которых выделены слоги:

41) *Pues mejor, así cuando te toque ya sabes si es eficaz o tiene contraindicaciones. Ton-te-rias, hay que ver!!!*

В данном контексте (пр. 41) графическое деление на слоги слова *tonterias* (*ченуха, глупости*) усиливает эмоциональность комментария и позволяет автору сконцентрировать внимание читателей на своем мнении о том, что нельзя рисковать своим здоровьем, и перед тем, как вакцинировать людей необходимо провести достаточное количество исследований о возможных побочных эффектах. Эмоция гнева в данном случае направлена на население, которое считает, что можно рискнуть и поставить прививку, не задумываясь о последствиях.

42) *Esto es de VERGÜENZA. ESTA CLARO QUE HAY UNOS INTERESES POR PARTE DEL GOBIERNO. EL MISMO QUE LUEGO SE LAVARÁ LAS MANOS CUANDO SE SUMEN LOS FALLECIDOS. DIMISIÓN YA PSOE*

Данный комментарий (пр. 42) хочется гневно прокричать за счет того, что он весь целиком написан прописными буквами, за счет которых автор намеренно усиливает эмоциональность высказывания Автор недоволен тем, что Испанская социалистическая рабочая партия *PSOE* в дальнейшем не будет нести ответственность за последствия вакцинации *SE LAVARÁ LAS MANOS*,

хотя она должна это делать. В данном случае объект эмоции гнева – ответственные за кампанию по вакцинации.

Эмоция 2 «Досада»:

Для выражения эмоции досады комментаторами используются такие лексические средства, как междометия и восклицания:

43) *Las abuelas con 85 sin vacunar y el albondigo este ya vacunado, menuda política de vacunación eh.*

С досадой автор комментария (пр. 43) говорит о том, что вакцинировать первыми политиков, когда вакцину еще не получили пожилые люди – просто нечестно. Автор использует в конце всем известное междометие *eh*, которое является главным способ вербализации эмоции досады в данном комментарии. Объектом эмоции можно считать вакцину, а точнее, порядок вакцинирования.

44) *Que falta de confianza y cuántas mentiras!. Ahora los menores de 55 que tienen la primera dosis y ya no recibirán la segunda, dice la ministra que con una, ya tienen una protección del 70% y resulta que antes con las dos, era del 67%. Como para fiarse de algo de lo que dicen!.*

В первом предложении (пр. 44) автор с досадой восклицает *que falta de confianza y cuántas mentiras!* (никакой надежности, но сколько лжи!). Данное риторическое восклицание является основным способом вербализации эмоции досады, объектом которой становится кампания по вакцинации.

Среди стилистических средств выразительности встречаются риторические вопросы:

45) *Ya no creo ni en politicxs, ni en la prensa, la ciudadanxs estamos solxs. Qué pena me da cuando la ética y la moral brillan por su ausencia y se mide a los seres vivos con el rasero de la economía. Lo demás no importa, aunque nos vayamos, personas, animales y plantas a la porra. ¿Qué corte moral tienen los individuos que nos representan?*

Автор комментария (пр. 45) с большой обидой и досадой говорит о том, что больше не верит ни политикам, ни прессе *no creo ni en politicxs, ni en la*

prensa. Эмоция досады в основном вербализуется в риторическом вопросе, который ставится автором в конец предложения, как бы давая читателям пищу для размышлений *¿Qué corte moral tienen los individuos que nos representan?* (как смеют чинить моральный суд те личности, что являются нашими представителями? *зд. речь идет о государственных деятелях*). Следовательно, объектом эмоции досады здесь будут являться ответственные за кампанию по вакцинации, политики.

46) *Como evoluciona? Muy fácil no voy a leer nada del artículo este, pero fijo que fijo que España es unos de los países europeos con la tasa de vacunación mas lenta, que solo llevemos 1 millón de personas inmunes en dos meses casi tres.. Una risa no? Y quieren el 70% en el verano? Un chiste? No soy matemático pero los números y este ritmo no me cuadran...*

В данном комментарии (пр. 46) автор с досадой говорит о медлительности всей кампании по вакцинации, задавая риторические вопросы *una risa no? (смех, не так ли?)* и *quieren el 70% en el verano?(они хотят 70% летом?)* и *un chiste? (это шутка, что ли?)*, автор показывает свое негативное отношение к проблеме. Объектом эмоции становится вакцинация.

Также, к синтаксическим средствам выражения эмоции досады можно отнести частое употребление комментаторами многоточий:

47) *Y siguen poniéndola sabiendo que es la única vacuna que está dando problemas retirarlas ya y no juguéis con las personas que verguenza ...*

В данном комментарии (пр. 47) эмоция досады вербализуется как за счет синтаксических средств (многоточие в конце предложения), так и за счет лексических (негативно-оценочная лексика). Многоточие после фразы *que verguenza (какой позор)* показывает негодование автора, позволяет читателю «услышать» его недовольный тон. Что касается лексики, в данном случае мы видим существительные *problemas (проблемы зд. со здоровьем)* и *verguenza (позор, стыд)*, которые отражают негативную окраску комментария. В данном комментарии объектом эмоции является вакцина, которой пользуются на территории Испании.

48) *No hay dos millones de vacunados embusteros, que penséis que somos idiotas vale, pero no nos tratéis como tal de forma tan descarada...*

Употребление автором комментария (пр. 48) многоточия в конце высказывания указывает на его грусть и досаду в отношении вопроса вакцинации. Он/она считает, что нельзя так нагло обращаться с людьми, обманывая их *no nos tratéis como tal de forma tan descarada...* Объект эмоции в данном комментарии – источник информации.

Эмоция 3 «Неудовольствие»:

Стилистическими приемами выражения эмоции неудовольствия являются ироничное сравнение и антифразис:

49) *La vacunación va como los trenes en Extremadura*

В данном случае (пр. 49) эмоция неудовольствия выражается при помощи иронического сравнения: автор сравнивает скорость вакцинации с поездами в Эстремадуре, которые, как известно, являются самыми медленными во всей Испании. Объектом эмоции в данном случае является вакцина, точнее, скорость вакцинации.

50) *Que buena noticia. Con eso tan solo faltan 45 Millones de vacunados...*

Антифразис *que buena noticia* (какая чудесная новость) показывает негативное отношение автора к новости о количестве вакцинированных в Испании. Объект эмоции здесь (пр. 50) – кампания по вакцинации, ее медлительность, если быть точнее.

Кроме того, в комментариях с данной эмоциональной окраской достаточно частотно употребление отрицания и слов с негативной коннотацией:

51) *Información sesgada. Eso no es así*

Приведенное высказывание (пр. 51) содержит отрицание правдивости информации, предоставленной СМИ. Для описания статьи автор употребляет оценочное прилагательное *sesgada* (зд. *предвзятый*), автор негодует по поводу предвзятости газеты. Также, в следующем предложении используется

отрицание *Eso no es así (это не так)*, что тоже вербализует эмоцию досады. Объект эмоции в данном комментарии – источник информации.

52) *será unos cuantos impresentables: la mayoría de los políticos no han mangado vacunas*

В данном комментарии (пр. 52) оценочное прилагательное *impresentables* (зд. *непрезентабельно*), показывает отношение автора к фактам, высказанным далее. Комментатор с досадой открывает аудитории неприятный факт, о том, что многие политики все еще не испытали на себе вакцину *la mayoría de los políticos no han mangado vacunas* (*большинство политиков не прививались от коронавируса*). В данном случае объект эмоции – политики, ответственные за кампанию по вакцинации.

53) *si tienes razón. Va muy lento, a este paso seremos inmunes por habernos contagiado, no por la vacuna. Una pena*

В данном комментарии (пр. 53) автором употребляются слова с негативным значением, выражающие досаду, такие как словосочетание *muy lento* (*очень медленно*), форма причастия от глагола *contagiar* (*заразиться*) и существительное *una pena* (зд. *жалость/досада*). Объектом досады в данном случае служит вакцинация, ее медлительное распространение.

Среди графических средств встречается графическое деление слова на слоги:

54) *Si, pero es que a este paso cuando llegue el turno a todos ya veremos si es eficaz o no, o si tiene contraindicaciones. Esto va len-tí-si-mooooo!*

Автор специально растягивает слово *lentísimo* (*очень медленный*), чтобы показать свое неудовольствие тем, что вакцинация проходит очень медленно. Комментатор (пр. 54) акцентирует внимание на этом слове графически, несмотря на то, что прилагательное уже и так стоит в превосходной степени. Объектом эмоции неудовольствия в данном комментарии будет являться скорость вакцинирования.

Эмоция 4 «Доверие»:

Данная эмоция в основном выражается лексически с помощью употребления слов с положительной коннотацией:

55) *Hay que agradecersele a los políticos que se han vacunado antes de tiempo, si ellos la quieren, es que es segura*

В данном комментарии (пр. 55) встречаются несколько слов с положительной коннотацией, такие как *agradecer* (благодарить), *querer* (нравиться), *segura* (надежный, безопасный). Именно за счет данных слов и вербализуется положительная эмоция доверия, объектом которой служит вакцина.

56) *Vemos que no mueren alcaldes ni obispos y eso da mucha confianza en la vacuna*

Как и в предыдущем случае, присутствие слов с положительной коннотацией (пр. 56) способствуют вербализации указанной эмоции: *confianza* (доверие). Объект эмоции доверия – вакцинация.

С точки зрения синтаксиса, основная часть комментариев, в которых вербализуется эмоция доверия, представляет собой утвердительные предложения, в которых содержатся предикаты личного мнения, местоимения первого лица единственного и множественного числа, а также выражение субъективной модальности:

57) *caida en picado de las hospitalizaciones tras la masiva vacunación de la población. Es bien simple, estoy diciendo que la vacunación ha surtido efecto*

В данном случае (пр. 57) основным показателем эмоции доверия будет являться выражение субъективной модальности *Es bien simple, estoy diciendo que la vacunación ha surtido efecto* (Все просто, говорю я, в вакцинации есть толк). Именно в этой простой фразе выражено доверие к вакцине. Объектом эмоции, соответственно, является вакцина.

58) *si lo he leído bien. Que no sabemos si efectividad pues claro que no lo sabemos.pero no creo que nos vallan a envenenar.yo al menos no lo creo.que yo conozco a muchas de las personas que han sido ya vacunadas y están muy bien.soy consciente que estás vacunas ha sido echas con mucha rapidez que las vacunas*

necesitan científicamente más tiempo.claro pero en esta situación de pandemia mundial que tenemos pues claro?!

В данном комментарии (пр. 58) автором неоднократно употребляются предикаты личного мнения, такие как *claro que, no lo creo.que, no creo que*. В одном из предложений мысль автора состоит в том, что он/она отрицает возможность смерти от вакцины *no creo que nos vallan a envenenar (я не верю в то, что они готовы отравить нас)*. В данном случае доверительное отношение к вакцине выражается через выражение личного мнения. Объектом эмоции доверия в данном случае становится вакцинация.

Эмоция 5 «Принятие»:

Данная эмоция, как и вышеописанная эмоция доверия, вербализуется комментаторами за счет употребления глаголов в форме первого лица единственного и множественного числа.

59) *Me presento voluntaria para poner la vacuna.*

В данном случае (пр. 59) комментатор использует утвердительное предложение с использованием глагола первого лица единственного лица. Комментатор говорит о том, что добровольно согласен на вакцинацию. Объект эмоции – вакцинация.

60) *No hará falta que queramos o no, nos veremos obligados a ello para poder trabajar o viajar. Será obligatoria sin que te digan que lo es.*

Данный комментарий (пр. 60) представлен в виде утвердительного предложения в будущем времени. Главная составляющая вербализации эмоции принятия является констатация факта *Será obligatoria sin que te digan que lo es*. Объект эмоции – вакцинация, а точнее факт того, что ее в любом случае не избежать.

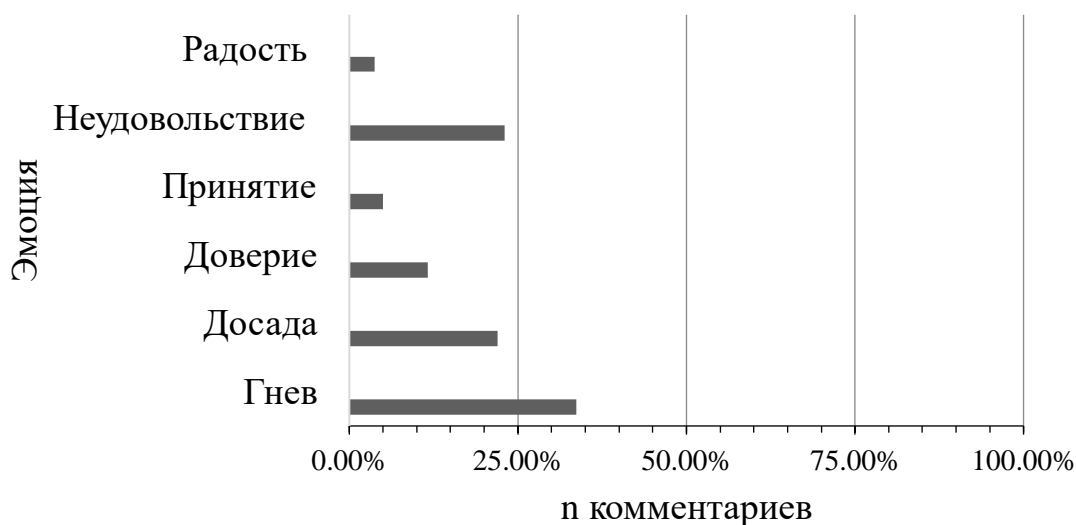


Диаграмма 4. Частота вербализации эмоций в комментариях

Согласно вышеприведенной диаграмме наиболее часто встречающиеся эмоции носят негативный характер – это гнев, досада и неудовольствие. Положительные же эмоции встречаются гораздо реже. В нижепредставленной таблице можно найти ключевые моменты, выявленные нами в ходе экспертного анализа. В ней указаны основные языковые средства манифестации различных эмоций в комментариях, среди них пунктуационные, синтаксические, грамматические и лексико-стилистические средства.

Таблица 3. Общая характеристика эмоций и средств их вербализации

Негативные эмоции	Положительные эмоции
<p><i>Пунктуационное оформление:</i> Большое количество знаков препинания: <i>No me vale tu comentario!!!!</i> Частое использование кавычек: <i>este teatrillo de "dimisión o expulsión" no te lo creerías verdad??</i></p>	<p><i>Синтаксические средства:</i> Построение утвердительных предложений; Выражение субъективной модальности; Предикаты личного мнения: <i>claro que</i></p>
<p><i>Графическое оформление:</i> Графическое деление слов на слоги: <i>Top-te-rias, hay que ver!!!</i> Выделение слов прописными буквами: <i>Esto es de VERGÜENZA.</i></p>	<p><i>Лексические средства:</i> Слова с положительной коннотацией</p>
<p><i>Лексические и стилистические средства выражения:</i> Гиперболы; <i>nos pondrán otra vacuna, q abarque todas las cepas</i></p>	

Негативные эмоции	Положительные эмоции
Сравнения; <i>La vacunación va como los trenes en Extremadura</i> Метафоры; <i>continuamos a ser números y billetes bien gordos para sus bolsillos</i> Инвективы; <i>joder</i> Фразеологизмы; <i>una tonta del bote</i> Риторические вопросы: <i>¿Qué corte moral tienen los individuos que nos representan?</i> Риторические восклицания; <i>que falta de confianza y cuántas mentiras!</i> Негативно-оценочная лексика <i>Periodismo mal</i>	

После ручного анализа нами было принято решение проанализировать все комментарии одним текстом в программе распознавания тональности текста Komprehend. Результат сканирования комментариев машинным способом показал, что эмоциональная тональность комментариев на 67% носит негативный характер, на 28,40% – нейтральный и лишь на 4,60% – позитивный. Данные машинного анализа в целом совпадают с ручным. Данные автоматического анализа представлены на рисунке ниже.

Try our free demo now by typing a sentence or choose from the options in the drop-down menu.

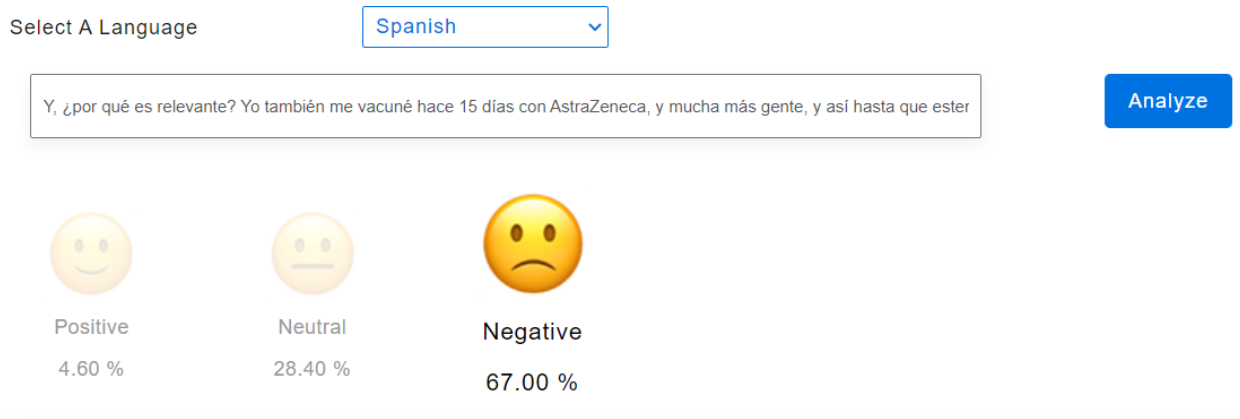


Рисунок 2. Результаты автоматического определения эмоциональной тональности текста комментариев

После эмоциональной разметки нами было проведение распределение объектов эмоции, вербализуемой в тексте комментариев. Результаты распределения представлены на следующей диаграмме:

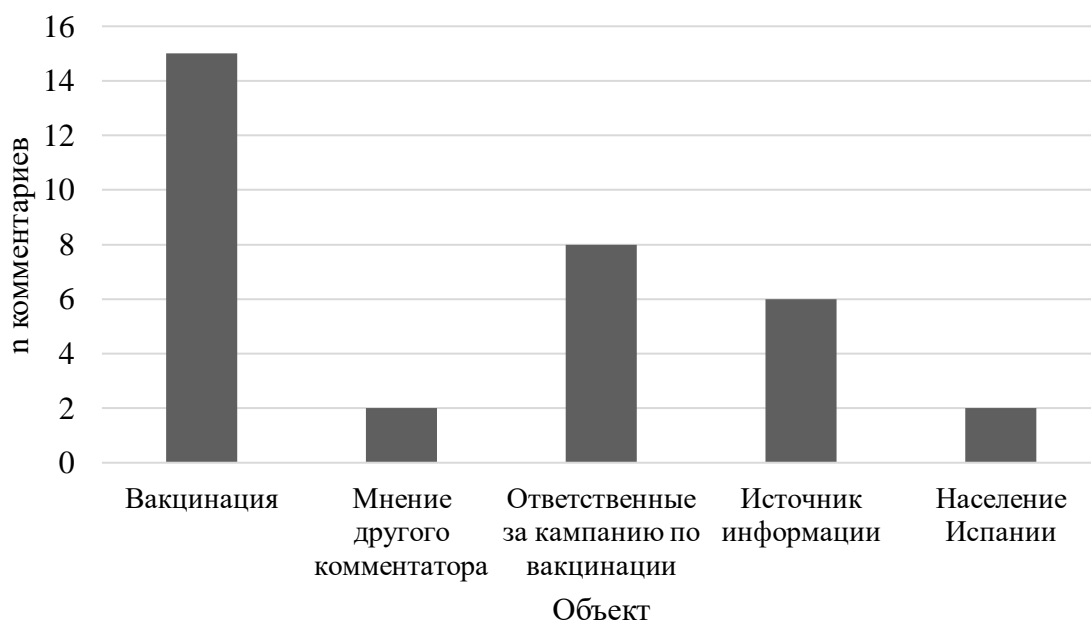


Диаграмма 5. Распределение объектов эмоциональной реакции, манифестируемой в тексте

Согласно диаграмме, чаще всего объектом эмоции служит вакцинация, включая такие ее аспекты как – порядок вакцинации, ее качество и скорость. На втором месте по популярности – политик, ответственные за кампанию по вакцинации. На третьем – сама газета как источник информации. Реже встречаются эмоции, направленные на мнение другого комментатора и испанское население в целом.

Подводя итог, эмоции, вербализуемые в интернет-комментариях к постам, посвященным вакцинации, в основном носят негативный характер (неудовольствие, досада, гнев).

Основными синтаксическими средствами вербализации вышеупомянутых негативных эмоций является пунктуационное оформление высказываний большим количеством вопросительных или восклицательных знаков, многоточий; к лексическим средства вербализации мы отнесем употребление негативно окрашенных слов, оскорблений, инвективов, в том числе метафорических, активное использование междометий. Среди графических средств – написание слов прописными буквами, графическое деление слов на слоги; наконец, к стилистическим средствам мы отнесем

риторические вопросы, антифразис, ироничное сравнение, метафоры, гиперболы, негативно-оценочные эпитеты, риторические восклицания.

Выражая положительные эмоции, например, доверие и принятие, автор использует такие синтаксические средства как построение утвердительного предложения с предикатами личного мнения и выражением субъективной модальности; среди лексических средств – слова с положительной коннотацией и личные местоимения первого лица единственного и множественного числа.

2.5. Лингвосоционическое моделирование сетевых личностей комментаторов

Следующий параграф практической части данной работы посвящен лингвосоционическому моделированию выделенных нами соционических типов сетевых личностей. Лингвосоционическое моделирование представляет собой описание психологических особенностей отдельных типов личностей, а также анализ средств их языковой манифестации.

В целом, наша работа над лингвосоционическим моделированием будет строиться согласно следующему алгоритму: во-первых, мы изучим теоретическую информацию о соционических типах личности, их описание, во-вторых, основываясь на работе А.В. Замиловой, выделим основные речевые характеристики отдельных типов соционических личностей, в-третьих, согласно речевым характеристикам разобьем материал на группы по типам, наконец, проанализируем наш предварительно сгруппированный материал в программе Voyant Tools и опишем формальные параметры отличия соционических типов между собой.

Нашим первым этапом становится общее описание психологических и языковых характеристик выделенных нами соционических типов личности. Вслед за В.В. Гуленко [Гуленко, Тыщенко, 2010] мы рассмотрим эти типы в

следующих парах (экстравертный и интровертный тип/ рациональный и иррациональный тип). Пятый, логический тип, мы рассмотрим отдельно.

В своей работе К.Г. Юнг пишет: «Прежде всего выделяются два различных типа, которые я назвал типом интровертным и типом экстравертным <...> Наблюдая за течением человеческой жизни, мы замечаем, что судьба одного человека более обусловлена объектами его интереса, тогда как судьба другого более обусловлена его собственной внутренней жизнью, его собственным субъектом» [Юнг, 1996: 26]. Соответственно, главным отличием экстравертного типа от интровертного будет объект, на который направлено высказывание. Для экстравертного типа это будет окружающая среда, для интровертного – свое «я», личное мнение, переживание. Отсюда можно сделать предположение, что для экстравертного соционического типа характерно воздействие на мнение социума, некоторые манипуляции, оценка действий со стороны других людей, организаций и пр. С точки зрения языка, для экстравертного типа, вероятно, будет характерно частое использование оценочной лексики, различных эпитетов, указание на какие-либо внешние явления, апелляции к событиям, органам.

В то время как интровертный тип личности скорее всего будет более нейтрально смотреть на вещи, потому что «внутренний мир, стабильность душевного и физического комфорта для него превыше всего» [Замилова, 2013: 78]. Исходя из этого, можно предположить, что интровертный тип личности скорее будет концентрироваться на самоощущении, выражать свое независимое мнение при помощи нейтральных тактик вроде тактики высказывания личного мнения, кроме того, для интровертного типа важнее будут отношения между объектами, нежели влияние на них, поэтому представители такого типа будут чаще использовать сравнения и аллегории.

Следующая пара для описания – это рационалы и иррационалы. О рационалах К.Г. Юнг пишет: «их жизнь в высокой мере подчинена именно разумному суждению» [Юнг, 1996: 194]. Следовательно, можно говорить о том, что рационалы более сдержанны в эмоциональном плане, «они связно

излагают свои мысли, четко строят фразы, последовательны в высказываниях» [Гуленко, 1998: 19]. Можно говорить о том, что такой тип личности склонен употреблять различные нейтральные предикаты личного мнения, выражаться рационалы будут не слишком эмоционально, также, не станут злоупотреблять знаками препинания.

Совсем по-другому устроены иррационалы, «иррациональный социум — это общество неуправляемых перемен», пишут исследователи В.В. Гуленко и В.П. Тыщенко [Гуленко, Тыщенко, 2010: 19]. Они эмоциональны, восприимчивы к переменам, часто субъективны. Из этого следует, что для данного типа также характерно будет использование структур с предикатами личного мнения, но уже более эмоционально выраженных, знаков препинания, разных шрифтов для выделения частей комментариев.

Наконец, согласно исследователям, чувства логиков подчинены разуму, «они никогда добровольно не будут делать то, что считают неправильным, нелогичным» [Гуленко, Тыщенко, 2010: 19]. Все обоснования логика являются подтвержденными, основанными на фактах, в его утверждениях нет места для сомнений. Значит, в своем дискурсе логик также будет использовать конкретные высказывания, будет четко выражать свою позицию, стараясь подкрепить это фактами или статистикой, для субъективности и излишней эмоциональности практически нет места в языке логика. Кроме того, логик, скорее всего, не станет переходить на личности и обращаться к кому-то конкретному в своем высказывании.

Итак, в ходе анализа нашего исследовательского корпуса было выделено шесть типов — экстравертный, интровертный, логический рациональный, иррациональный типы и один смешанный — экстравертно-логический тип. В диаграмме ниже представлено распределение сетевых личностей того или иного типа среди комментаторов, составивших корпус нашего исследования.

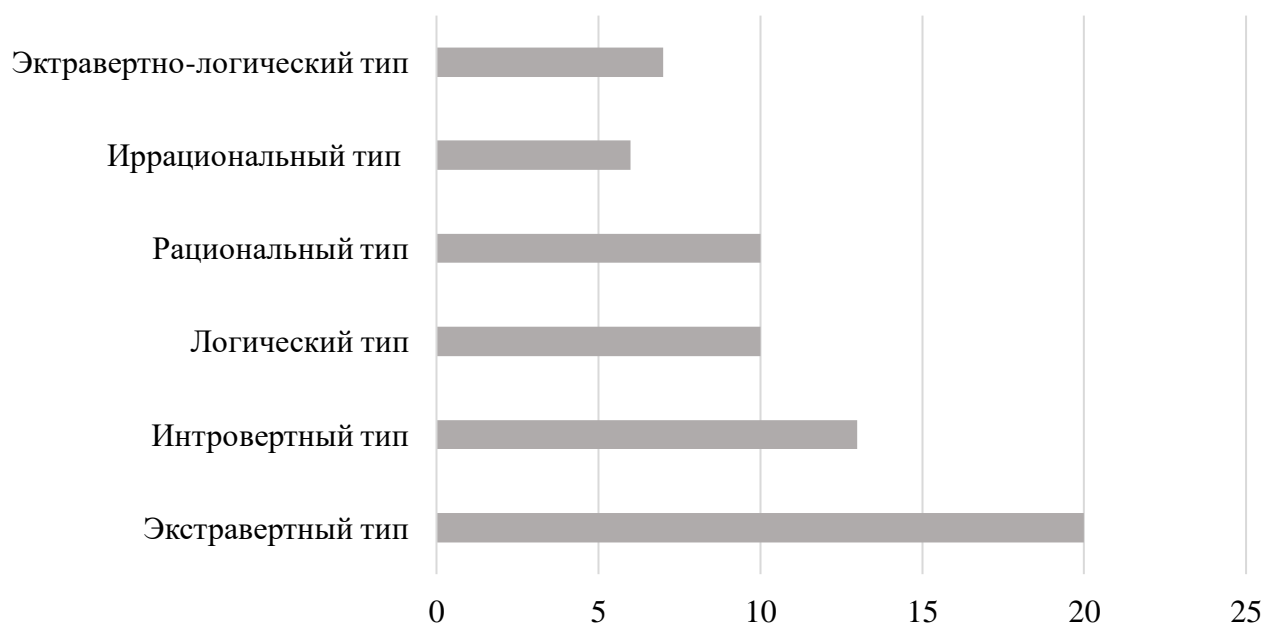


Диаграмма 6. Распределение сетевых личностей комментаторов из нашей выборки по соционическим типам личностей

Для удобства исследования и представления данных мы решили выделить четыре основные параметра, описание которых предоставит нам возможность не только увидеть основные характеристики того или иного типа сетевой личности, но и проследить ключевые характеристики, отличающие один тип от другого.

Параметры для анализа были выделены в процессе автоматического анализа материала в веб-приложении Voyant Tools. Данное приложение выполняет интерпретацию и количественный анализ различных типов текста с лингвистической точки зрения. Приступим к описанию основных параметров, характеризующих тот или иной соционический тип испаноязычной сетевой личности.

Параметр 1 – **разнообразие словарного запаса** (*Vocabulary density*). Данный параметр демонстрирует степень вариативности лексикона изучаемых сетевых личностей, идентифицируя процент уникальных лексем в каждом из комментариев. Ниже представлена диаграмма с данными параметра 1.

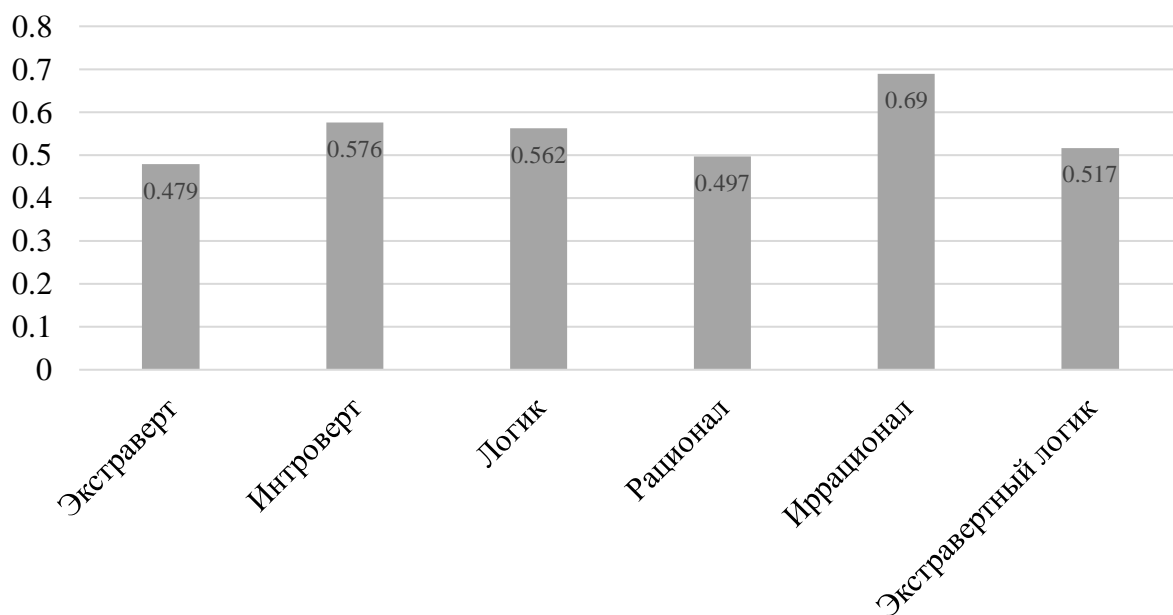


Диаграмма 7. Параметр 1 – разнообразие словарного запаса (*Vocabulary density*)

Самый низкий показатель по данному параметру у экстравертного типа сетевой личности (0,479), это объясняется тем, что представители такого типа личности чаще склоняются к выражению личных переживаний и эмоций, а не к объективным рассуждениям. Кроме того, экстраверты скорее ориентированы на языковой коллектив, чем на самих себя, их целью является донести или иногда даже навязать свое мнение читающим, следствием этого становится большое количество повторов и клишированных фраз. Например, в следующем комментарии (пр. 61) можем увидеть постоянное повторение частицы *qué*.

61) *Dicen qué son pocos casos,qué los beneficioso son superiores a los riesgos. Qué se lo digan a los qué han muerto y a sus familias.*

В свою очередь, интровертный тип сетевой личности является полной противоположностью экстравертного. Основной целью интровертов является самовыражение, они независимы от общественного мнения и имеют свой личный взгляд на вещи. Поскольку влияние на мнение других людей не становится их приоритетом, интроверты не станут повторяться, давить на других и пользоваться шаблонными фразами, это и обуславливает разнообразие их лексикона (0,576). Так, в следующем примере (пр. 62) нет ни одной повторяющейся лексемы.

62) *Nunca lo había dudado. Pero ahora sí que no me vacuno.*

Говоря о представителях логического соционического типа, их разнообразие словарного запаса достаточно высокое (0,562), что объясняется их стремлением организовать свой дискурс как можно понятнее не только им самим, но и читающим, используя при этом разные средства для связи слов в предложениях, а также числовые данные (пр. 63).

63) *A ver, la semana pasada el AstraZeneca ha bajado su efectividad en 72 % después de la segunda dosis, en que quedamos ?*

Не отличаются большим разнообразием словарного запаса представители рационального соционического типа (0,497), так как для них, как и для логиков, важно грамотно выразить мысль, им вполне достаточно ограниченного количества выражений. Рационалы обдумывают мысль, прежде чем ее выразить, отсюда тщательный подбор слов и небольшое разнообразие лексикона комментаторов (пр. 64).

64) *No hará falta que queramos o no, nos veremos obligados a ello para poder trabajar o viajar. Será obligatoria sin que te digan que lo es.*

Так как представителям иррационального соционического типа не свойственно логично оформлять свои мысли, они склонны к немного хаотичному их выражению. Поскольку мысль их «блуждает» (пр. 65), словарный запас представителей такого типа является достаточно обширным (0,69).

65) *Esto es de VERGÜENZA. ESTA CLARO QUE HAY UNOS INTERESES POR PARTE DEL GOBIERNO. EL MISMO QUE LUEGO SE LAVARÁ LAS MANOS CUANDO SE SUMEN LOS FALLECIDOS. DIMISIÓN YA PSOE.*

Последний, смешанный тип имеет показатели средние (больше, чем у экстраверта и меньше, чем у логика – 0,517), это объясняется тем, что представители данного соционического типа являются своего рода «смесью» экстравертного и логического типа. Стремясь доказать свою правоту, они, тем не менее, стараются оформить свою мысль логично, демонстрируя умение анализировать и описывать различные данные (пр. 66).

66) *Que falta de confianza y cuántas mentiras!. Ahora los menores de 55 que tienen la primera dosis y ya no recibirán la segunda, dice la ministra que con una, ya tienen una protección del 70% y resulta que antes con las dos, era del 67%. Como para fiarse de algo.*

Следующий параметр для описания – это **индекс читабельности** (*Redability index*). Индекс читабельности – это мера определения сложности восприятия текста аудиторией, он показывает, насколько легко читается текст и насколько понятно его содержание. Вычисляется он на основе нескольких параметров, таких как длина предложений, слов, количество уникальных форм слова в предложении. Данные по всем типам представлены в диаграмме ниже.

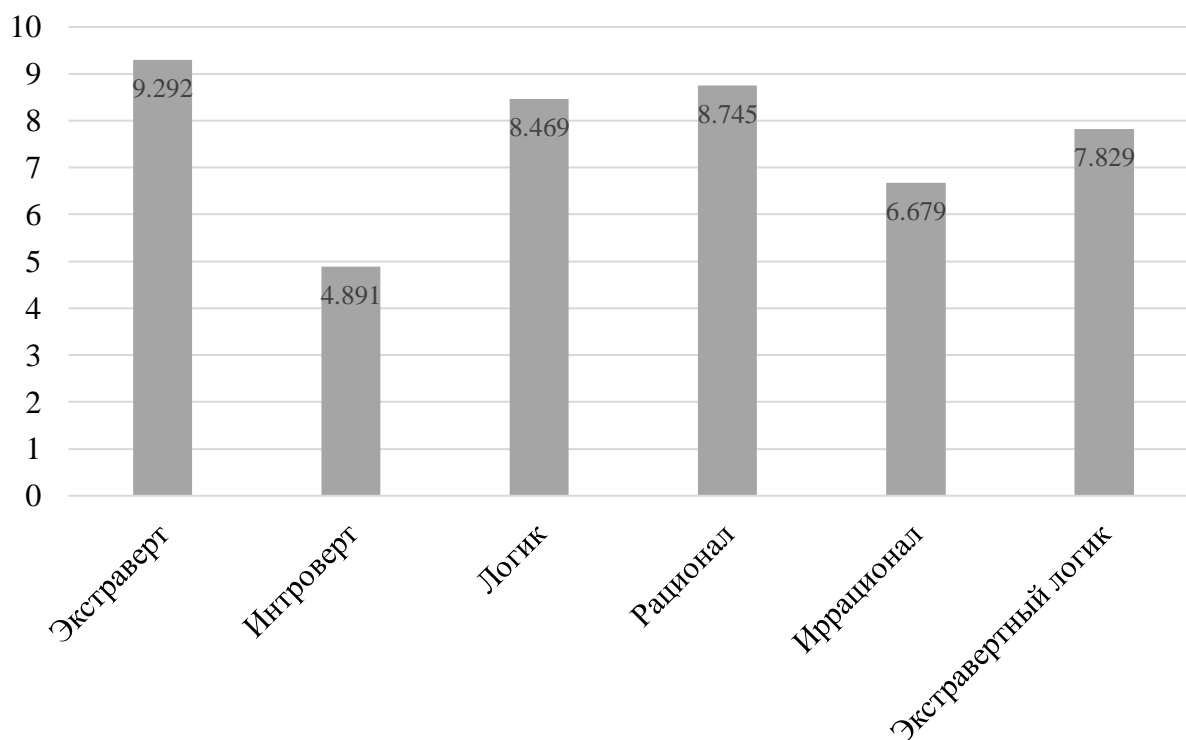


Диаграмма 8. Параметр 2 – индекс читабельности (*Redability index*)

Самым высоким индексом читабельности обладают экстраверты (9,292), поскольку, как было сказано выше, комментаторы с таким типом личности ориентированы на то, чтобы быть услышанными и понятыми своей аудиторией. Соответственно, они будут строить свой дискурс таким образом, чтобы читался текст легко и непринужденно.

Значительно меньшие показатели у интровертов (4,891), так как им в большинстве случаев безразлично, будет ли их мнение как-то влиять на общество. Им достаточно просто высказать свое мнение в той форме, какая была бы удобна им самим.

Поскольку как логики, так и рационалы стремятся выразить свою мысль наиболее понятно и корректно, индекс читабельности достаточно высокий (8,469 и 8,745, соответственно). Однако, большое количество статистических данных у логика немного препятствует его желанию быть понятым, следовательно, индекс читабельности у них будет немного ниже чем у тех же экстравертов или рационалов.

Иррационалы также не отличаются большими показателями по параметру 2 (6,679). Так происходит потому что их чрезмерная эмоциональность мешает им четко сформулировать мысль.

Экстравертный логик снова находится примерно на одном уровне с экстравертами и логиками (7,829), что логично, ведь экстравертность комментаторов выражена в стремлении быть понятыми, а статистические данные немного затрудняют это устремление.

Третий параметр для описания – **среднее количество слов в предложении** (*Average Words Per Sentence*). Он дает нам представление о средней длине одного предложения комментатора. Сводка данных по данному параметру представлена в диаграмме ниже.

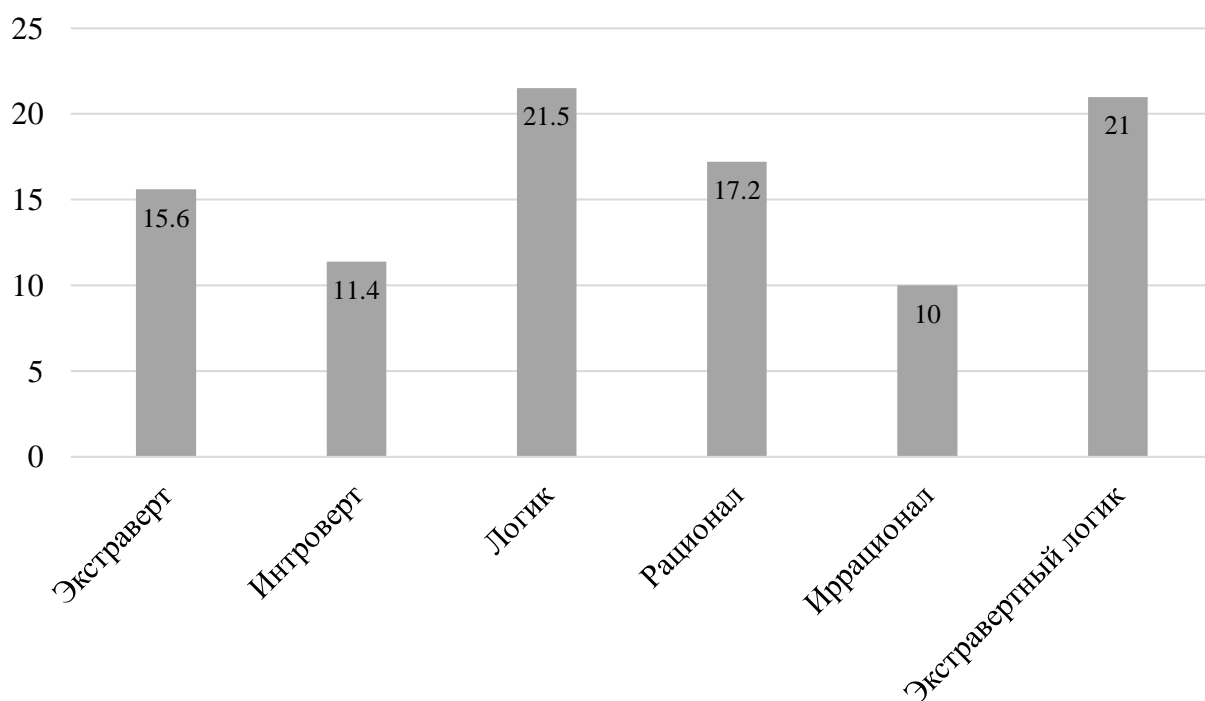


Диаграмма 9. Параметр 3 – среднее количество слов в предложении (*Average Words Per Sentence*)

Поскольку основной целью экстравертов является повлиять на других людей и донести до них свое видение ситуации, они не станут писать длинные предложения, чтобы внимание читателей не успело переключиться на что-то другое, отсюда и небольшое количество слов в предложении (15,6).

Интровертам совершенно неважно, как воспримут их комментарии другие пользователи, в нашем случае они говорят достаточно короткими, но емкими фразами. Несмотря на разнообразие лексикона, предложения интровертов немного отрывистые, а показатель длины является достаточно низким (11,4).

Логики и рационалы схожи в своей манере излагать мысли четко и понятно. Можно предположить, что их относительно длинные предложения обусловлены необходимостью плавного течения мысли комментатора (21,5 и 17,2, соответственно).

Иррационалы, как и интроверты не стремятся быть понятыми, а также являются иногда чрезмерно эмоциональными. Их высказывания тоже

Также, поскольку для экстравертов характерно оказывать некое влияние на читающих, можно увидеть в их дискурсе обращения или призыв к совместному рассуждению, например, *vamos a ver* (давайте посмотрим).

68) *Pero vamos a ver...no decíais que se vacunaran con la AstraZeneca los políticos primero??? Pues ya está. Joder.*

Далее, поскольку основной целью представителей такого соционического типа является некая субъективная оценка действительность, в их дискурсе будут преобладать оценочные эпитеты, фразеологизмы и метафоры (пр. 69–71).

69) *No sabéis que publicar para llamar la atención. Periodismo mal.* (Не знаете, что и публиковать, чтобы привлечь внимание. Ужасная газета.)

70) *Esto es de VERGÜENZA. ESTA CLARO QUE HAY UNOS INTERESES POR PARTE DEL GOBIERNO. EL MISMO QUE LUEGO SE LAVARÁ LAS MANOS CUANDO SE SUMEN LOS FALLECIDOS. DIMISIÓN YA PSOE.* (*lavarse las manos* – умыть руки).

71) *La vacuna AstraZeneca es segura..!! Y se me llaman para ponérmela no dudo en ponérmela..el riesgo es muy bajo y el miedo es la incertidumbre q hay por culpa estos gobernantes q no dan ni una en el clavo (hoy una cosa mañana otra).. y lo contaminan todo..* (глагол *contaminar* употреблен в метафоричном значении – ‘политики загрязняют все’).

Более того, отличительной чертой такого типа становится частое употребление риторических вопросов, они понимают, что не получат ответ, но так они пробуют повлиять на ситуацию и призвать людей к размышлению (пр. 72).

72) *Y, ¿por qué es relevante? Yo también me vacuné hace 15 días con AstraZeneca, y mucha más gente, y así hasta que estemos todos... No sabéis que publicar para llamar la atención. Periodismo mal.* (почему вы считаете это актуальным?)

С точки зрения грамматики, для данного соционического типа характерно широкое использование указательных местоимений *este, eso, esa*

(эта, то, та), что подтверждает мысль о том, что объектом обсуждения экстравертов становится окружающая действительность (пр. 73).

73) *Las abuelas con 85 sin vacunar y el albondigo este ya vacunado, menuda política de vacunación eh.*

Также, экстравертам свойственно употреблять возвратные глаголы, но чаще не в 1-ом, а во 2-ом лице (*te*)

74) *Todo lo tienen bien planeado, si no metieran entre medio este teatrillo de “dimisión o expulsión” no te lo creerías verdad?? (ты ведь не поверишь в это?) Tú tranquilo que estos que han “dimitido” volverán pronto a sus cargos o a otros con los mismos privilegios, mientras a ti ya se te habrá pasado el cabreo de su “vacuna” y te habrás vacunado (vacunarse - вакцинироваться) por creer que es segura. Has visto que buena táctica tienen??*

Помимо этого, часто используется глагол *estar* и *haber* в форме 3-го лица, обозначая конкретное местоположение и наличие чего-либо в пространстве, соответственно.

75) *No he entrado en un bar no he ido a la peluquería em más de un año y ahora quieren que arriesgue todo con Astra Zeneca no veo que sea justo cuando miles de personas están de fiesta cada día de la pandemia. (люди каждый день пандемии находятся на праздниках)*

76) *Y con esta estadística que se han sacado del bolsillo, aun habrá más gente que piense “pues si hay más gente que quiere vacunarse no será tan malo. Yo también quiero...” Mundo de borregos manipulables fácilmente.*

Последнее, но немаловажное наблюдение здесь это то, что экстраверты в попытках оказать влияние на мнение и поведение других людей прибегают к использованию императивов, в нашем случае, отрицательных (пр. 77).

77) *No manipuléis mentirosos.* (не манипулируйте, лжецы)

Следующий тип для анализа – интровертный соционический тип. На рисунке ниже представлены наиболее частотные лексемы, употребляемые интровертами.



Рисунок 4. Облако слов для интровертного соционического типа сетевой личности (Voyant Tools)

Как можно заметить, среди интровертов распространены глаголы, выражающие рассуждение, личное мнение, например, *creer* (верить, полагать), *decir* (говорить), *negar* (отрицать).

78) *Yo me niego a ponerme esa vacuna con tanto cachondeo que se traen con ella , no es fiable.* (Я не согласен на вакцинацию, отрицаю ее эффективность).

Также отличительным признаком станет частое употребление местоимений 1-го лица ед. числа *yo* (я), также употребление этого местоимения в притяжательной форме *mi* (мой, моя, мое) и в accusative *me* (меня, мне), что показывает направленность их мыслей только на себя.

79) *No seré yo.* (это не буду я)

80) *No me preguntaron nada, yo la Mia la regalo y la de mi familia.* (меня об этом не спрашивали, я свою (порцию вакцины) и порцию своей семьи дарю кому-нибудь другому)

Большая часть всех глаголов, встречающихся в дискурсе интроверта, употребляются в 1 лице ед. числе (пр. 81, 82).

81) *Yo soy de los dos.* (я среди этих двух), глагол *ser* (быть, являться)

85) *sea, que para llegar al número de vacunaciones qué dice el sinvergüenza de Pedro Sánchez que vamos a llegar a final de verano habría que poner 140.000 vacunas al día, lo cual significa que los sanitarios en España tendrían que poner 140 vacunas al día lo que supondría entre 8 o 10 horas sin descanso y por supuesto vacunando 7 días a la semana y el impresentable sale en televisión con cara de bueno para engañarnos y habrá alguno que se lo habrá creído y luego vais y le votáis.* (Другими словами, чтобы достичь того количества прививок, о достижении которого уже к этому лету говорит негодяй Педро Санчес, нам придется делать 140 000 вакцин в день, а это означает, что медицинские работники в Испании должны будут делать 140 прививок в день, что будет означать от 8 до 10 часов без отдыха и, конечно же, 7 дней в неделю работы без отдыха...)

86) *86 trombos de 25 millones de vacunas. Como cualquier otro medicamento vamos.* (86 случаев тромбоза на 25 миллион вакцинированных, все так же, как и с любым другим лекарством)

Кроме того, логики систематизируют свой дискурс, стараются передать информацию понятно и структурированно. Отсюда и широкое употребление различных коннекторов, найти которые можно в любой части предложения (пр. 87, 88).

87) *no es obligatoria por lo tanto no tienes que justificar si te has puesto la vacuna.* (это необязательно, поэтому не нужно подтверждать то, что ты вакцинирован/а)

88) *Claro que todas las vacunas COVID tienen esos efectos ocultos, y digo ocultos porque no se notifican.* (Очевидно, что все антиковидные вакцины имеют скрытые побочные эффекты, я называю их скрытыми, поскольку о них нигде не пишут)

Следующий соционический тип – рационалы. Облако из их частотного вокабуляра представлено на рисунке ниже.

Как было сказано ранее, рационалам не свойственно выражать свои переживания и эмоции на публике, поэтому в их дискурсе отсутствуют комбинации шрифтов и знаки препинания, выражающие эмоциональность (восклицательный знак).

91) *Normal, cuando vemos que los de arriba se saltan los protocolos para vacunarse es porque realmente funciona.* (Обычно, когда мы видим, что те, кто выше, пропускают протоколы для вакцинации, мы понимаем, что это действительно работает)

Антагонистами разумных рационалов выступают субъективные и эмоциональные иррационалы. Рассмотрим ниже их наиболее частотные слова и выражения.



Рисунок 7. Облако слов для иррационального соционического типа сетевой личности (Voyant Tools)

Замечаем здесь местоимение *yo* (я) в accusative – *me* (мне, меня), что демонстрирует субъективность представителей данной соционического типа.

Посмотрим на пример 92:

92) *No me vale tu comentario!!!!* (Не волнует меня твой комментарий!!!!)

Кроме того, данный пример (92) показывает излишнюю эмоциональность иррационалов, выражая ее через чрезмерное количество восклицательных знаков.

Существительные с негативной коннотацией также станут маркерами данного соционического типа (пр. 93).

93) A ver mañana que pasa que vergüenza. (Завтра посмотрим, какой позор еще случится)

Заключительной чертой комментаторов с таким типом личности станет их непоследовательность в изложении мыслей. Рассмотрим пример 94 – в нем хорошо просматривается отсутствие связности мысли.

94) *Si me la tienen que poner que me la pongan, pero la enfermedad tiene un 0'03% de mortalidad... Yo preferiría que me vacunaran de todos los cánceres.* (Если мне должны сделать прививку, пусть, но у болезни вероятность смертности 0,03%... Я бы предпочел сделать прививку от всех видов рака)

Наконец, рассмотрим смешанный тип, который включает в себя черты и экстравертного, и логического типов личности. Начнем по традиции с рассмотрения ключевых слов комментаторов.



Рисунок 8 Облако слов для экстравертно-логического соционического типа сетевой личности (Voyant Tools)

Сначала рассмотрим то, что приближает комментаторов к экстравертам. Во-первых, мы снова наблюдаем здесь слова, относящиеся к лексико-семантическому полю «человек»: *personas, mujeres, mayores de, menores de* (люди, женщины, старше, младше).

95) *A ver cuantas personas por millon tienen efectos adversos por un ibuprofeno...pero es mejor hacer prensa de mierda y meter miedo.* (Давайте

посмотрим, сколько людей на миллион имеют побочные эффекты от ибупрофена... но лучше сделать плохую статью и напугать всех вокруг)

Также, в том же примере (96) замечаем призыв к общим рассуждениям на конкретную тему *a ver*.

Кроме того, по причине необходимости донести свою мысль как можно понятнее, комментаторы здесь станут использовать различную оценочную лексику, иногда даже инвективы (пр. 96).

96) *Los efectos son infrecuentes pero muy graves, es intolerable. Habría que ponerle franjas de edad seguras, por ejemplo, hombres mayores de 50 años y mujeres mayores de 60 años, no es tan complicado. Yo como médico y 57 años me la pondría, a mi hija de 31 años NO.* (Последствия редки, но очень серьезны, это невыносимо. Надо бы установить безопасные возрастные рамки, например, мужчины старше 50 лет и женщины старше 60 лет, это не так уж и сложно. Я как врач 57 лет стала бы вакцинироваться, а моя 31-летняя дочь НЕТ)

Черты, присущие больше логике – логическое повествование и наличие числовых данных.

97) *Pues si los casos son sobre todo en mujeres menores de 55 que a las mujeres menores de 55 se les ponga otra, así de fácil. La estadística que ofrecen no es correcta. Deberían poner el número de casos de trombos no entre población general, debería ser número de trombos entre mujeres menores de 55 vacunadas.* (Ну, а если случаи в основном у женщин до 55 лет, значит им нужно ставить еще одну, все просто. Статистика, которую они предлагают, неверна. Они должны поставить количество случаев тромбоза не среди населения в целом, это должно быть количество тромбов среди привитых женщин до 55 лет)

98) *Que falta de confianza y cuántas mentiras!. Ahora los menores de 55 que tienen la primera dosis y ya no recibirán la segunda, dice la ministra que con una, ya tienen una protección del 70% y resulta que antes con las dos, era del 67%. Como para fiarse de algo.*

Таким образом, нами были выделены шесть основных соционических типов сетевых личностей комментаторов – это экстравертный, интровертный,

логический, рациональный, иррациональный и экстравертно-логический типы. При помощи веб-приложения для анализа текста Voyant Tools были отобраны 4 основные параметра для упрощения процесса лингвосоционического моделирования вышеназванных типов личностей (разнообразие словарного запаса, индекс читабельности, среднее количество слов в предложении и лексико-грамматические характеристики дискурса комментаторов). Итак, согласно проведенному моделированию наиболее разнообразный вокабуляр имеют представители иррационального соционического типа, что обусловлено некоторыми психологическими особенностями представителей данного типа личности (непоследовательность изложения сути высказывания, некое «блуждание» мысли), далее по убыванию следуют интроверты, чья независимость от общественного мнения позволяет избегать в речи шаблонных фраз, логики и рационалы, четкий ход мыслей которых не терпит отклонений от основной темы обсуждения, за ними следует экстравертные логики, совмещающие в себе последовательность логиков и открытость экстравертов. Самый низкий показатель по данному параметру у экстравертов, которые, в силу своего желания воздействовать на читающих, не стараются разнообразить свой вокабуляр, используя клише и повторы. Анализ индекса читабельности среди всех типов личности показал, что комментарии экстравертного типа являются самыми понятными, что объясняется их стремлением доказать собственную правоту, в то время как отрывистые фразы интровертов для читателей остаются непонятными. Что касается средней длины предложений анализируемых комментаторов, самые длинные предложения находим в дискурсе логиков и экстравертных логиков в силу их желания оформить дискурс связным и логичным образом. Среди средств языковой манифестации ярко выделяются лексико-семантическое поле «люди» в дискурсе экстравертов, предикаты личного мнения интровертов, числовые данные и слова-связки логиков и логических экстравертов, глаголы ментальной деятельности рационалов и эмоциональные восклицания иррационалов.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

1. В ходе анализа тематической деривации текстов комментариев нами были выявлены 4 самые популярные темы среди комментаторов – это негативное отношение к политикам по вопросам вакцинации, положительный отзыв о вакцине, критика вакцины и малое количество вакцинированных.

2. В результате интент-анализа мы выяснили, какие речевые интенции являются основными среди этих комментариев. Всего было выявлено и распределено по основным темам 8 интенций, среди которых 1 является позитивно-направленной (одобрение), 1 – нейтральной (информирование) и 6 из них являются негативно-направленными (неодобрение, возмущение, досада, насмешка, обвинение, разоблачение). Наибольшее количество реализуемых речевых тактик приходится на негативно-направленные интенции, основной речевой стратегией которых является стратегия конфронтации. Среди тактик нам встретились тактика угрозы, коррекции картины мира, дискредитации, упрека, деуалирования правды, высказывания неудовольствия, обвинения, косвенного запроса информации, побуждения, тактика высмеивания и контактоустанавливающая тактика. Далее следуют положительно-направленные интенции, где основной речевой стратегией является стратегия кооперации, а тактиками послужили тактика поддержки источника информации, тактика похвалы, побуждения, контактоустанавливающая тактика, тактика убеждения и апелляции к авторитету социального института (власти).

3. Выявленные интенции и способы их вербализации в комментариях тесно связаны с эмоциями. В ходе работы мы пользовались классификацией эмоций Роберта Плутчика и в ходе эмоциональной разметки нами было выявлено 6 эмоций и, согласно экспертному анализу, доминирующими являются негативные эмоции гнева, неудовольствия и досады, реже встречающиеся – положительные эмоции принятия и доверия. Машинный анализ в целом подтвердил наше мнение о том, что большая часть

комментариев носит негативный характер. Нами было обнаружено большое разнообразие графических, синтаксических и лексико-стилистических средств объективации эмоций.

4. На основе анализа теоретической литературы и ранее проводившихся лингвистических экспериментов, была суммирована специфика речевого поведения шести соционических типов личностей комментаторов. Обобщая все данные, мы можем сказать, что для экстравертного типа характерны обращения к читателям, рассуждения о внешних явлениях, частое употребление повторов, что делает комментарии экстравертов легко читаемыми. Противоположным типом становится интроверт, уходящий в свои рассуждения о себе, внутренних переживаниях и решениях, словарный запас интровертов достаточно разнообразен, но средняя длина предложения является почти самой короткой. Логический тип, напротив, отличается длинными и логично составленными предложениями, представляя информацию, он использует числовые данные. Рационалы во многом схожи с логиками, но не злоупотребляют числовыми данными и статистикой, оперируют связными фактами. Иррациональный тип, в свою очередь, характеризуется своей нелогичностью и спонтанностью, ему свойственен разнообразный вокабуляр и короткие предложения делают текст иррационала трудным для восприятия читателями. Представители экстравертно-логического типа сочетают открытость экстраверта и разумность логика, оперирующего числовыми данными.

5. Одной из характерных черт нового типа медиадискурса, дискурса новой чувствительности, является то, что эмоции и интенции, вербализуемые в текстах интернет-комментариев, очень тесно связаны между собой и оказывают друг на друга взаимное влияние, а субъекты дискурса новой чувствительности, сетевые личности, имеют черты определенного соционического типа личности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью данной выпускной квалификационной работы стало выявление и описание характеристик эмоционально-коммуникативного поведения испаноязычных сетевых личностей на материале интернет-комментариев по вопросам вакцинации от Covid-19.

В теоретической части работы мы рассмотрели основные понятия эмотивной лингвистики, ознакомились с историей ее развития и основными научными представителями. Далее, мы охарактеризовали коммуникативное пространство Всемирной Сети, опираясь на ее критическую теорию, предложенную голландским медиа-теоретиком Гертом Ловинком. После, мы дали определение ключевому понятию исследования – «дискурсу новой чувствительности», рассмотрели прагматический аспект организации такого дискурса, описали феномен ЯЛ, раскрыли понятие субъектов интернет-коммуникации, рассмотрели соционическую типологию этих личностей и сделали небольшой обзор тех изменений, которые произошли в языке в результате потрясения, вызванного вспышкой коронавирусной инфекции в конце 2019 года.

Для удобства обобщения результатов практической части исследования изученные характеристики были разделены на 5 основных групп: 1) модели тематической деривации комментариев в рамках макротемы «вакцинация»; 2) речевые интенции комментаторов и их соотношенность с тематическими моделями; 3) коммуникативные стратегии и тактики, их связь с речевыми интенциями; 4) эмоциональная тональность текстов комментариев характеристика основных объектов эмоциональной реакции; 5) модели речевого поведения сетевых личностей комментаторов в зависимости от их соционического типа.

Итак, согласно проведенной тематической деривации комментариев, общее количество микротем в 150 комментариях составляет 25 тем, среди которых наибольшее количество комментариев у четырех следующих:

негативное отношение к политикам по вопросам вакцинации, положительный отзыв о вакцине, критика вакцины и малое количество вакцинированных.

Проведенный интент-анализ материала показал, какие речевые интенции являются основными среди комментариев. В целом, было выявлено и распределено по основным темам 8 интенций, среди которых 1 является позитивно-направленной (одобрение), такая интенция встречается исключительно в комментариях микротемы «положительный отзыв о вакцине», 1 – нейтральной (информирование), данная интенция встречается в микротеме «положительный отзыв о вакцине» и «малое количество вакцинированных». Остальные 6 интенций являются негативно-направленными (неодобрение, возмущение, досада, насмешка, обвинение, разоблачение), они встречаются в комментариях почти всех микротем, за исключением микротемы «положительный отзыв о вакцине».

Проведенный анализ коммуникативных и речевых средств реализации интенций в комментариях показал, что «положительная» интенция реализуется стратегией кооперации при помощи тактик поддержки источника информации, похвалы, побуждения и др., которые вербализуются при помощи пунктуационно оформленных маркеров одобрения и лексических единиц с положительной коннотацией. «Нейтральная» интенция в комментариях реализуется посредством стратегии кооперации. Речевая тактика для интенции информирования – тактика высказывания личного мнения. Главный показатель – проявление категорий говорящего: предикатов мнения, оценки, местоимений первого лица единственного числа и субъективной модальности. В свою очередь «негативные» интенции всегда реализуются за счет стратегии конфронтации при помощи разнообразных речевых тактик, среди которых тактики угрозы, коррекции картины мира адресата, упрека, девуалирования правды и др., Среди речевых средств встретились как лексические (существительные и глаголы с отрицательными коннотациями, отрицательная частица и местоимение, междометия), так и стилистические (эпитеты, сравнение, риторический вопрос).

Как экспертный, так и автоматический анализ эмоциональной тональности комментариев показал, что в тексте комментариев преобладают негативные эмоции (гнев, недовольство и досада), редко встречаются положительные эмоции принятия и доверия. Что касается языковой манифестации эмоций, нами было обнаружено большое разнообразие графических, синтаксических и лексико-стилистических средств. Среди объектов эмоционального реагирования стоит выделить саму вакцинацию и ответственных за нее лиц.

Результаты лингвосоциологического моделирования дали нам представление о модели речевого поведения комментаторов. Так, экстравертам присуще рассуждать о внешнем мире, воздействовать на мнение читателя и обращаться к нему, а интроверту наоборот характерно говорить о своем внутреннем «я». Несмотря на достаточно короткое предложение, вокабуляр интровертов достаточно разнообразен. Что касается логиков, их коммуникативная цель – донести мысль связно и понятно, часто они включают в дискурс цифровые данные. Модель речевого поведения рационалов в целом схожа с логиками, однако, несмотря на свою интенцию быть понятыми и грамотно оформить мысль, им не свойственно подкреплять свои утверждения статистикой. Речевое поведение иррационалов, в противовес логикам и рационалам, нелогично и спонтанно, поэтому показатель читабельности комментариев личностей данного типа самый низкий. Наконец, модель речевого поведения смешанного экстравертно-логического типа сочетает модель экстравертов с их открытостью и логиков с их рациональностью и склонностью к привлечению статистики и числовых данных.

Таким образом, все поставленные нами задачи были выполнены, это позволило нам осуществить поставленную в работе цель.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амурская О.Ю. Аспекты исследования виртуальной личности в зарубежной лингвистике // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2013. №4. С. 49–52.
2. Апажева Л.Т. Модель языковой личности субъекта виртуальной коммуникации // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2014. №16. С. 138–143.
3. Аугустинавичюте А. Социон, или основы соционики // Соционика. Введение. СПб., 1998. С. 33–102.
4. Афанасьева В.В. HomoVirtualis: психологические характеристики // Известия Саратовского университета. Философия. Психология. Педагогика. Т.10. 2010. №2. С. 59–64.
5. Бабенко Л.Г. Лингвопсихология как новое междисциплинарное научное направление // Когнитивные исследования языка. 2020. №2 (41). С. 41–45.
6. Бальжирова Т.Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующегося в России информационного общества: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. Улан-Удэ, 2003. 162 с.
7. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества: [сборник избранных трудов]. М.: Искусство, 1979. 423 с.
8. Бачило И.Л. Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего // Труды XVIII объединенной конференции «Интернет и современное общество». Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики. 2015. С. 177–183.
9. Башкова И.В. Изучение языковой личности в современной российской лингвистике: монография/ И. В. Башкова; Сибирский Федеральный университет [СФУ]. Институт филологии и языковой

коммуникации. Красноярск: Сибирский федеральный университет [СФУ], 2011. 472 с.

10. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. Екатеринбург: ЛИТУР, 2002. 576 с.

11. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов: Автореф. дис ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Калинин: КГУ, 1986. 86 с.

12. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: дис. ... докт. социол. наук: 22.00.04. Ростов-н/Д., 2004. 396 с.

13. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа [Текст]. М., 2004. 232 с.

14. Виноградов В.В. О языке художественной прозы: избранные труды. М.: Наука, 1980. 360 с.

15. Галинская Т.Н. Местоимения «Ты» и «Вы» в идиолексиконе виртуальной языковой личности // Вестник ОГУ. 2010. №11 (117). С. 106–111.

16. Голев Н.Д., Кузнецова А.В. Лингвосоционическое моделирование экстравертного и интровертного типов языковой личности // Вестник КемГУ. 2003. №9. С. 95–98.

17. Горина Е.В., Лазарева Э.А. Интернет — это виртуальный дискурс: к вопросу о терминах // Политическая лингвистика. 2014. С. 21–23.

18. Горошко Е.И., Овчаренко И.Е. Роль сети Интернет в социальных коммуникациях в современном мире. Интернет и глобальное общество // Активные процессы в социальной и массовой коммуникации: коллективная монография / отв. ред. Н.В. Аниськина, Л.В. Ухова. Ярославль: ЯГПУ, 2014. С. 182–205.

19. Гуленко В.В. Юнг в школе. Соционика – межвозрастной педагогике // В. В. Гуленко, В. П. Тыщенко. Новосибирск, 1998. 270 с.

20. Гуленко В.В., Тыщенко В.П. Соционика идет в школу. Изд-во Черная Белка, 2010. 280 с.

21. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. М., 1984. 400 с.

22. Денисенко В.Н., Чеботарёва Е.Ю. Современные психолингвистические методы анализа речевой коммуникации: учеб. пособие. РУДН, 2008. 258 с.
23. Дубских А.И. Основные подходы к изучению феномена языковой личности // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. №5. С. 20–23.
24. Елхова О.И. Иллюзия присутствия в виртуальном мире // Вестник Башкирского университета. 2015. №4. С. 1386–1390.
25. Ермолова Е.О. Значение сетевой коммуникации и виртуального интернет-пространства в жизни человека и развитии личности / Ермолова Е.О., Тютюникова Н.В. // Смальта. 2019. №2. С. 16–24.
26. Жаде З.А. Феномен сетевой идентичности в современном российском обществе // Этнокультурная идентичность как стратегический ресурс самосознания общества в условиях глобализации. Прага, 2013. С. 76–79.
27. Зайцева И.П. «Коронапсихоз», «коронаскептики», «covidism», «covidophobia» и другие социолингвистические маркеры 2020 г. // Коммуникативные исследования. 2020. Т.7. №4. С. 801–813.
28. Залегдинова А.Р. Основные стратегии и тактики в общественно-политическом дискуссионном шоу (на материале русского и английского языков) // Вестник ТГГПУ. 2012. №3. С. 47–50.
29. Замилова А.В. Лингвосоционическое моделирование русской языковой личности: на материале интернет-блога: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.01. Кемерово, 2013. 201 с.
30. Иванцова Е.В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования // Вестник Томского государственного университета. 2010. №4 (12). С. 24–32.
31. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2007. 477 с.
32. Карасик В.И. Языковые ключи. М.: Гнозис, 2009. 406 с.

33. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: 1987. 261 с.
34. Катермина В.В., Яченко Е.А. COVID-19 как лингвистическое явление (на материале текстов англоязычных СМИ) // Вестник ЧГПУ им. И.Я. Яковлева. 2020. №3 (108). С. 51–58.
35. Кириллова Н.Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных категорий // Вестник НГТУ им Р.Е. Алексеева. 2012. №1. С. 26–33.
36. Кочетов А.Н. Влияние Интернета на развитие общества // Информационное общество. 1999. Вып. 5. С. 43–48.
37. Кошкарлова Н.Н., Яковлева Е.М. Дискурс новой эмоциональности: коммуникативные практики цифровой реальности // Политическая лингвистика. 2019. № 5 (77). С. 147–152.
38. Красина Е.А. К вопросу о понятиях "эмоция" и "эмоциональное состояние" в лингвистике // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2013. №2. С. 74–80.
39. Кубрякова Е.С. «Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // сборник: Язык и наука в конце 20 века. М., 1995. С. 144–238.
40. Кун Т. Структура научных революций. М., 1962. 264 с.
41. Летов Е.В. Сетевая идентичность в культуре современного информационного общества // Вестник МГУКИ. 2013. №4 (54). С. 62–65.
42. Ловинк Г. Критическая теория интернета. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2019. 370 с.
43. Лутовинова О.В. Виртуальная языковая личность: к определению понятия // Мир науки, культуры, образования. 2015. №1 (50). С. 288–292.
44. Лутовинова О.В. Коммуникативное пространство виртуальной языковой личности // Известия ВГПУ. 2012. С. 56–59.
45. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.

46. Малинович Ю.М. Эмоционально-экспрессивные элементы синтаксиса современного немецкого языка: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Л., 1990. 34 с.
47. Млечко Т.П. Дифференциация подходов к изучению типологических разновидностей языковой личности // Вестник РУДН. 2014. №1. С. 77–86.
48. Нерознак В.П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины // Язык. Поэтика. Перевод. М.: Московский государственный лингвистический университет, 1996. С. 112–116.
49. Никифорова Н.И. Интернет – коммуникации как средство продвижения: понятие, структура, специфика // Евразийское научное объединение. 2019. 6-5 (52). С. 353–356.
50. Орлов А.А., Орлова Л.А. Характеристика «сетевой личности» как инновация в структуре содержания педагогического образования // Педагогика. 2018. №7. С. 12–22.
51. Панченко Н.Н. Симуляция эмоций и ее декодирование // Эмотивный код языка и его реализация: коллективная монография / ВПГУ. Волгоград: Перемена, 2003. С. 71–76.
52. Первушина О.Н., Фёдоров А.А., Дорошева Е.А. Переживание пандемии COVID-19 и толерантность к неопределенности // Reflexio. 2020. Т.13. №1. С. 5–20.
53. Рахметова В.Ж. Коммуникативная интенция как средство выражения // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. 2015. С. 104–107.
54. Редкозубова Е.А. COVID-лексика: этимологический и словообразовательный аспекты (на материале русского, английского и немецкого языков) // Гуманитарные и социальные науки. 2020. №4. С. 193–200.

55. Северская О.И. Ковидиоты на карантинках: коронавирусный словарь как диагностическое поле актуальных дискурсивных практик // Коммуникативные исследования. 2020. Т.7. №4. С. 887–906.
56. Седов К.Ф. Анатомия жанров бытового общения // Вопросы стилистики. Саратов, 1998. Вып. 27. С. 5–11.
57. Седов К.Ф. Языковая личность в аспекте психолингвистической конфликтологии // Труды междунар. семинара «Диалог – 2002» по компьютерной лингвистике [Электронный ресурс]. 2002. URL: <http://www.dialog-21.ru/digest/2002/articles/sedov/> (дата обращения: 10.01.2022).
58. Серль Дж. Что такое речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике. 1986. Вып. 17. 168 с.
59. Смиренский В.Б. Слово в действии: интен-анализ политического дискурса / под ред. Ушаковой Т.Н., Павловой Н.Д. СПб., 2000. 316 с // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Языкознание: Реферативный журнал. 2001. №2. С. 139–142.
60. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 461 с.
61. Тимина М.В. Опыт использования расширенной методики интен-анализа в процессе обучения специалистов информационного профиля // ТРУДЫ СПБГИК. 2013. С. 83–88.
62. Тихонова Д.В. (2016). Понятие «языковая личность»: история возникновения, значение, типология // Приоритетные направления развития науки и образования: материалы X Международной научно–практической конференции. №3 (10). С. 112–116.
63. Тихонова Т.А. Специфика интернет-коммуникации как формы взаимодействия в виртуально-информационной среде интернет // Актуальные проблемы социальной коммуникации материалы четвёртой Всероссийской научно-практической конференции. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородский гос. тех. ун-т им. Р.Е. Алексеева, 2013. С. 226–229.

64. Третьякова В.С. Конфликт в лингвистических категориях // Юрислингвистика. 2010. №10. С. 141–149.
65. Уварина Н.В., Пахтусова Н.А. Механизмы становления сетевой идентичности личности // Фундаментальные проблемы гуманитарных наук: опыт и перспективы развития исследовательских проектов РФФИ. Материалы всероссийской научной конференции с международным участием / под науч. ред. Н.А. Матвеевой. Барнаул: Изд-во АГПУ, 2020. С. 479–482.
66. Фресс П. Эмоции // Фресс П, Пиаже Ж. Экспериментальная психология. 1975. Вып. 5. 284 с.
67. Хунагов Р.Д. Множество идентичностей в глобализующемся мире // Вопросы философии. 2013. №2. С. 4–8.
68. Чурилина Л.Н. Актуальные проблемы современной лингвистики: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2007. 416 с.
69. Шаховский В.И. Эмоции как объект исследования в лингвистике // Вопросы психолингвистики. 2009. № 9. С. 29–43.
70. Шаховский В.И. Дискурсивность эмоций в человеческой коммуникации // Известия волгоградского государственного педагогического университета. 2011. 8 (62). С. 115–120.
71. Шестакова Е.Ф., Абрамова А.С. Эпоха интернета // ИТпортал: электронный научный журнал. 2015. №2 (6).
72. Шилина, М.Г. Интернет-коммуникация: исследовательские концепции XXI века. К вопросу формирования категориально-понятийного аппарата / [Текст] / М.Г. Шилина // Медиаскоп. 2012. № 2.
73. Шульман Г.А. Соционика изнутри. Принципы проведения исследований и преподавания на примере соционики Аушры Аугустинавичюте. М.: Доброе слово, 2007. 2016 с.
74. Эйтчисон Д. Лингвистическое отражение любви, гнева и страха: цепи, сети или контейнеры? // Язык и эмоции. Волгоград: Перемена, 1995. С. 76–91.

75. Эфтор О.В. О подходах к изучению языковой личности // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 37 (328). С. 117–120.
76. Юнг. К.Г. Психологические типы [Текст] / К. Г. Юнг. М., 1996. 715 с.
77. Das A. How has the coronavirus (COVID-19) pandemic affected global emoji usage? // Journal of Human Behavior in the Social Environment. 2020. 10 p. DOI:10.1080/10911359.2020.1838383
78. Edmondson W. Affect and Language Development // Anglistentag / hrsg. von W. G. Busse. Tübingen: Niemeyer, 1992. P. 63–71.
79. Klapp O. Symbolic Leaders: Public Dramas and Public Men. Ardent Media, 1968. 272 p.
80. L.M. de Tienda Palop Qué significa «guerra contra el coronavirus»? // Enrahonar. An international journal of theoretical and practical reason. Vol. 65. 2020. P. 17–26.
81. Volek B. Emotive Signs in Language and Semantic Functioning of Derived Nouns in Russian. Amsterdam: J. Benjamins, 1987. 270 p.
82. Wicke P., Bolognesi M.M. Framing COVID-19: How we conceptualize and discuss the pandemic on Twitter // PLoS ONE. [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0240010> (дата обращения: 15.01.2021).
83. Wierzbicka A. Defining Emotional concepts // Cognitive science. 1992. Vol. 15 (3). P. 539–581.

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

«21» июля 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭМОЦИОНАЛЬНО-
КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ИСПАНОЯЗЫЧНОЙ
СЕТЕВОЙ ЛИЧНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ КОММЕНТАРИЕВ
ПО ТЕМЕ ВАКЦИНАЦИИ)**

Выпускник



Е.В. Курилова

Руководитель



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

Нормоконтролер



Д.С. Дюкарева