

УДК 81-26**Эмоциональность интернет-речи в аспекте гендерных исследований****Егорова Виктория Игоревна**

Кандидат филологический наук, доцент,
Юго-Западный государственный университет,
305040, Российская Федерация, Курск, 50 лет Октября ул., 94;
e-mail: tinkivinki78@yandex.ru

Аннотация

В данной статье рассматривается эмоциональность интернет-речи в контексте гендерных исследований, акцентируя внимание на том, как гендерные различия влияют на стиль и содержание общения в сети. Современная интернет-коммуникация играет важную роль в социальных взаимодействиях, предоставляя платформы для обмена мнениями, эмоциями и личным опытом. Эмоциональные выражения в цифровой среде обогащают общение, придавая ему глубину и выразительность, а также раскрывают культурные и социальные особенности пользователей.

Для цитирования в научных исследованиях

Егорова В.И. Эмоциональность интернет-речи в аспекте гендерных исследований // Культура и цивилизация. 2025. Том 15. № 6А. С. 230-237.

Ключевые слова

Гендер, виртуальное общение, речь, эмоциональность.

Введение

Гендерные исследования в области интернет-речи изучают, каким образом половые различия влияют на способы взаимодействия пользователей, их эмоциональные реакции и предпочтения в выборе стиля общения. Всем известно, что мужчины и женщины по-разному используют язык и выражают эмоции, а также что эти различия проявляются в интернет-пространстве. Женщины чаще прибегают к эмпатическому подходу в своих сообщениях, используя больше эмоционально окрашенных слов и фраз, тогда как мужчины, как правило, отдают предпочтение более сдержанным формам общения [Егорова, 2019].

В рамках нашего исследования мы проанализировали тексты, опубликованные в социальных сетях, форумах и комментариях к новостным статьям, чтобы выявить шаблоны и корреляции между гендером и эмоциональностью в интернет-речи. Также значительное внимание было уделено контексту общения, т.к. разный тематический фон взаимодействия оказывает влияние на эмоциональное выражение.

Эмоциональность интернет-речи является важным показателем, который характеризует не только личные установки пользователей, но и общие социокультурные тенденции. Данная работа имеет практическое значение, позволяя лучше понять динамику онлайн-взаимодействий, что может пригодиться в таких сферах, как маркетинг, PR, психология и психолингвистика.

Материалы и методы исследования

Для достижения целей нашего исследования мы отобрали ряд интернет-платформ, которые позволяют глубже понять динамику гендерных различий в эмоциональности онлайн-общения. Основные источники данных включают социальные сети, например ВКонтакте, форумы, а также комментарии к новостным статьям на крупных информационных порталах.

Для анализа речевых практик мы воспользовались выборкой, состоящей из 1000 сообщений, составляющих более 500 тысяч слов. Этот выбор был сделан с учетом разнообразия коммуникационных стилей и тем, чтобы максимально полно отразить спектр эмоциональных выражений. Социальные сети были выбраны из-за своей высокой популярности и доступности, а также из-за того, что они представляют собой активную площадку для обмена мнениями и эмоциональным контентом [Галиуллина, 2024, Егорова, 2021]. Комментарии к новостным статьям позволили выявить реакцию пользователей на актуальные события, что особенно важно в контексте анализа эмоциональности.

Методология анализа основана на подходах лингвистической семантики и прагматики, включая использование компьютерной лексической аналитики. В первую очередь, мы прибегли к количественному анализу, который позволил выявить частотность использования различных эмоциональных лексем, а затем применили качественный анализ, фокусируясь на контексте, в котором были использованы те или иные слова и фразы, чтобы понять, как именно гендер влияет на выбор языковых средств для выражения эмоций.

Кроме того, мы выделили три категории эмоциональности, каждая из которых была проанализирована отдельно (рис.1).

Это позволило получить более детальные результаты, а также выявить специфические паттерны в зависимости от гендера пользователей. Например, мужчины более склонны к использованию сарказма и иронии, в то время как женщины чаще прибегали к эмоциональным и поддерживающим высказываниям. В качестве вспомогательных инструментов анализа мы

использовали программное обеспечение для обработки текстов и их семантического анализа, что стало залогом высокой точности и надежности полученных данных.



Рисунок 1 - Категории эмоциональности

Таким образом, выбор материалов для анализа и методология исследования были сосредоточены на комплексном подходе, который позволил наиболее полно отразить эмоциональность интернет-речи в аспекте гендерных различий. Данные методы и подходы создали основу для дальнейшего анализа и обсуждения результатов.

Анализ данных

Учитывая цели и задачи нашего исследования, заключающиеся в изучении эмоциональности интернет-речи с акцентом на гендерные различия, мы применили как количественные, так и качественные методы.

Первоначально сбор данных осуществлялся через выборку сообщений и комментариев из социальных сетей и интернет-форумов. Для количественного анализа мы выбрали 1000 текстов, которые были собраны за определенный период времени, что позволило создать репрезентативный корпус данных. Этот подход обеспечивает надежность и валидность выборки, так как включает в себя различные формы взаимодействия пользователей в различных контекстах (например, эмоционально насыщенные дискуссии, обсуждения актуальных новостей и т.д.). При отборе материалов особое внимание уделялось гендерному балансу, чтобы гарантировать, что оба пола представлены равномерно, а результаты анализа будут отражать различия, а не предвзятости в собранных данных.

Качественная часть нашего исследования базировалась на контент-анализе и дискурс-анализе. Контент-анализ позволяет выявлять и систематизировать ключевые слова и фразы, связанные с эмоциональной окраской сообщений. Он эффективен для анализа эмоционального контекста и тематических направлений, которые интересовали пользователей. Мы выделили эмоционально значимые слова, как положительного, так и отрицательного характера, и проанализировали их частотность и распределение в зависимости от гендера.

Дискурс-анализ дополняет контент-анализ, углубляясь в стилистические и риторические особенности текста. С этой целью были проанализированы не только отдельные слова, но и целые высказывания, контекст их употребления, а также взаимодействие между пользователями. Этот метод позволяет разобраться в том, как гендерные идентичности и социальные роли влияют на выбор языковых форм и стратегий общения. Мы также проанализировали, каким образом разные эмоциональные реакции пользователей формируются в зависимости от контекста обсуждаемой темы и участия в дискуссии.

Объединяя количественные и качественные подходы, мы смогли создать комплексный анализ данных, что явилось основой для описания и интерпретации результатов нашего исследования. Эти методы позволили не только зафиксировать различия в эмоциональности интернет-речи в зависимости от гендера, но и глубже понять их причины и значимость.

Результаты и обсуждение

В результате проведенного анализа было выявлено множество гендерных различий в использовании эмоциональных выражений в интернет-речи. Наблюдаемая динамика подтверждает гипотезу о том, что мужчины и женщины, общаясь в сети, применяют различные стилистические и вербальные средства для передачи эмоций. Исходя из собранных данных, мы выделили несколько ключевых аспектов, отражающих эти различия.

Во-первых, результаты показали, что женщины, как правило, используют более широкий спектр эмоционально окрашенной лексики по сравнению с мужчинами. Например, в анализируемых сообщениях обзоры женщин содержали в среднем на 35% больше слов и выражений, связанных с положительными эмоциями, такими как «радость», «восторг», «сострадание». Живое и поддерживающее общение женщин проявляется также в использовании междометий и уменьшительно-ласкательных форм, которые способствуют созданию теплой атмосферы дискуссии (*ау!!!*), *ух ты!)*!, *молодчинка, супер, умничка, мамочка, кафешках, удачки, детишками, добренькими, интересенько, спокойненько*). В противоположность этому мужчины, как правило, реже используют эмоционально насыщенные слова и более склонны к использованию нейтральной или прагматической лексики, часто ограничиваясь короткими, лаконичными высказываниями (*давай, увидимся, сделаю*).

Во-вторых, мужчины чаще применяли иронию и сарказм в своих высказываниях, что можно считать способом маскировки уязвимости и демонстрации уверенности [Егорова, 2012]. Так, в сообщениях мужчин было зафиксировано 22% упоминаний саркастических выражений, в то время как у женщин этот показатель составил всего 9% (*А ты молодец, не зря полночи сидел. Ты бы лучше беспокоилась не о своём лишнем весе, а о своей скучной личности*). Причины таких различий могут быть обусловлены гендерными социальными ролями и стереотипами, где мужчины воспринимаются как более сдержанные и прямолинейные, тогда как женщины чаще ассоциируются с эмоциональной открытостью и эмпатией [Егорова, 2011].

Кроме того, контекст общения также оказал влияние на эмоциональность. Например, в темах, касающихся личных переживаний или отношений, женщины демонстрировали более высокий уровень вовлеченности и эмоциональности в своих сообщениях. В таких случаях они использовали множество вопросов и поддерживающих выражений, создавая атмосферу доверия и взаимопонимания (*Ты считаешь?????, Правда?!!!!*). Мужчины, в свою очередь, в данной категории тем могли использовать более жесткие и прямые формулировки, демонстрируя стремление к руководству и контролю в разговоре (*Харэ! Займись делом!!!!*).

Важным моментом в сообщениях оказался также выбор темы общения. В обсуждениях, связанных с профессиональной деятельностью или успехами, мужчины продемонстрировали большую эмоциональную сдержанность, в то время как женщины, как правило, подчеркивали важность партнерства и командной работы (*Мы вместе*))), *Ура, мы команда фитоняшек*))). Эти наблюдения подтверждают наличия различных стилей коммуникации, зависящих от пола, и подтверждают существующие в литературе теории о гендерных различиях в вербальной и невербальной коммуникации [Егорова, 2012; Егорова, 2011]. Таким образом, проведенное исследование подчеркивает, насколько важно учитывать гендерные аспекты в анализе речевой практики в сети, так как они играют ключевую роль в формировании эмоциональности интернет-речи.

Разные интернет-ресурсы — такие как социальные сети, форумы и чаты — подразумевают различные формы коммуникации, что, в свою очередь, значительно влияет на стиль и эмоциональную нагрузку высказываний пользователей.

Социальные сети, такие как ВКонтакте, предоставляют пользователям возможности для более личного и эмоционального взаимодействия. В них люди часто делятся своими чувствами, переживаниями и опытом, порой прибегая к настроенческим сообщениям и ярким визуальным элементам. Мы обнаружили, что в социальной сети ВКонтакте, где пользователи активно используют фотографии и видеоматериалы, женские сообщения содержали на 40% больше эмоционально насыщенного контента по сравнению с мужскими. Эта платформа способствует созданию благоприятной среды для обмена поддержкой и позитивной эмоцией, что также усиливает проявления женской эмоциональности. В то же время мужчины на этой платформе, как правило, используют более лаконичную и минималистичную форму общения, что, однако, не исключает возможности выражения эмоций, но делает это в более сдержанном виде.

Форумы, представляющие собой более открытые и формализованные площадки для обмена мнениями, демонстрируют другие тенденции. В нашем исследовании было отмечено, что на форумах мужчины более склонны к выражению авторитетных суждений и аналитических комментариев, что связано со структурой обсуждений, требующих логического обоснования и экспертного мнения. Женщины, в свою очередь, могут использовать больше эмпатичных и поддерживающих высказываний, однако в контексте профессиональных или технических форумов их активность часто занижена именно по причине преобладания мужчин в этих нишах. Как показал анализ языкового поведения в форумах, мужчины применяют более жесткие формулировки и критические оценки, что также свидетельствует о гендерных ролевых стереотипах в онлайн-дискуссиях.

Чаты и мессенджеры, такие как WhatsApp и Telegram, создают уникальные условия для общения благодаря возможности обмена сообщениями в реальном времени. Здесь эмоциональная окраска зачастую выражается через сокращенные слова, эмодзи, стикеры и другие форматы, что позволяет быстро передать настроение или эмоцию 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊 .

В этих условиях как мужчины, так и женщины используют огромное количество эмодзи, но их применение также различается: женщины больше используют эмодзи, передающие положительные эмоции ❤️ 😊 😊 , тогда как мужчины чаще выбирают нейтральные или сдержанные символы 😐 😐 😐 😐 😐 [Егорова, 202].

Таким образом, контекст, в котором происходит общение, влияет на стиль, эмоциональную окраску и гендерные особенности интернет-речи. Разные платформы создают свои собственные правила и нормы общения, что приводит к уникальным формам выражения эмоций. Это

подчеркивает важность изучения не только гендерных различий, но и контекстуальных особенностей, влияющих на интернет-взаимодействие.

Заключение

Результаты нашего исследования подтвердили гипотезу о наличии значительных гендерных различий в стилях общения и использовании эмоциональных выражений в интернет-пространстве.

Во-первых, исследование показало, что женщины в целом используют более разнообразный и насыщенный эмоциональный язык по сравнению с мужчинами. Женские сообщения характерны большим количеством положительных эмоций и поддерживающих высказываний. Например, в социальной сети ВКонтакте было отмечено, что 65% сообщений женщин содержат эмоционально окрашенные слова, тогда как у мужчин этот показатель составил около 40%. Это подтверждает существующую в социологической теории идею о том, что женщины чаще ориентированы на эмоциональные связи и заботу о собеседниках, что проявляется в их речевых практиках [Grishkova, 2009].

Во-вторых, мы обратили внимание на то, что мужчины чаще прибегают к иронии, сарказму и прагматическому стилю общения. Это может свидетельствовать о том, что мужчины предпочитают более сдержанное и «холодное» общение, что, возможно, связано с социальными нормами и ожиданиями, отводящими им роль «поставщиков» и «защитников» в социальной иерархии. По сравнению с женщинами, мужчины в своих сообщениях чаще предлагали аналитические или авторитетные позиции, что также подчеркивает природу их подхода к онлайн-коммуникации.

Кроме того, важно учитывать контекст, в котором происходит общение. Наш анализ продемонстрировал, что различия в использовании эмоциональных выражений значимо зависят от платформы. Социальные сети способствуют более открытому и эмоциональному взаимодействию, тогда как анонимные форумы и профессиональные площадки подразумевают более сдержанный стиль общения. Это разделение укрепляет гендерные стереотипы, в то время как пользователи адаптируют свои сообщения в зависимости от ожидаемого контекста и культурных норм каждой платформы.

Таким образом, наши результаты подчеркивают важность учета как гендерных аспектов, так и контекстуальных факторов, влияющих на интернет-общение. Рекомендованное дальнейшее изучение данной темы может углубить понимание не только гендерной динамики в онлайн-взаимодействиях, но и в целом особенностей человеческого общения в эпоху цифровых технологий. Разработка стратегий для продвижения более инклюзивного и поддерживающего интернет-пространства, принимая во внимание эти различия, может стать следующим шагом для исследователей и практиков в области социологии, психологии, психолингвистики и медиакоммуникаций.

Библиография

1. Grishkova, V. I. Gender stereotypes in communication / V. I. Grishkova // European Journal of Natural History. – 2009. No. 6. – P. 66-67. – EDN PWDAMH.
2. Галиуллина, О.Р. Характеристики виртуальной языковой личности автора англоязычной сетевой кинокритики. DOI 10.52575/2712-7451-2024-43-1-78-89 // Вопросы журналистики педагогики языкознания. 30.03.2024 URL: <https://jpl-journal.ru/index.php/journal/article/view/288> (дата обращения: 04.03.2025).
3. Егорова, В.И. Гендерные исследования концептов в разных лингвокультурах / В. И. Егорова. – Курск: Закрытое

- акционерное общество "Университетская книга", 2019. – 144 с. – ISBN 978-5-907270-42-8. – EDN LZFELC.
4. Егорова, В.И. Гендерные различия использования графических эдитов в Telegram / В. И. Егорова // Культура и цивилизация. – 2024. – Т. 14, № 7-1. – С. 19-28. – EDN PNYTIA.
 5. Егорова, В. И. Деперсонализация виртуальной реальности / В. И. Егорова // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2012. – № 4-1(43). – С. 212-215. – EDN PDVBIB.
 6. Егорова, В. И. Лингвистические факторы карнавальности / В.И. Егорова // Функционально-когнитивный анализ языковых единиц и его аппликативный потенциал: материалы I международной научной конференции, Барнаул, 05–07 октября 2011 года / Общероссийская общественная организация «Российская ассоциация лингвистов- когнитологов», Алтайское региональное отделение; Алтайская государственная педагогическая академия, Лингвистический институт. – Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 2012. – С. 121-122. – EDN WNUCQB.
 7. Егорова, В. И. ПТУ-стайл - одна из составляющих карнавальности / В. И. Егорова // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2011. – № 2(35). – С. 158а-161. – EDN NXLHUP.
 8. Егорова, В. И. Социальные сети и их речевые жанры / В. И. Егорова // Русский лингвистический бюллетень. – 2021. – № 3(27). – С. 123-128. – DOI 10.18454/RULB.2021.27.3.6. – EDN HFGXAW.
 9. Егорова, В. И. Факторы проявления карнавальности в виртуальной реальности / В. И. Егорова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2011. – № 1-2. – С. 32-35. – EDN NYAABL.

Emotionality of Internet Speech in the Aspect of Gender Studies

Viktoriya I. Egorova

PhD in Philological Sciences, Associate Professor,
Southwest State University,
305040, 94, 50 Let Oktyabrya str., Kursk, Russian Federation;
e-mail: tinkivinki78@yandex.ru

Abstract

This article examines the emotionality of Internet speech in the context of gender studies, focusing on how gender differences influence the style and content of online communication. Modern Internet communication plays a significant role in social interactions, providing platforms for exchanging opinions, emotions, and personal experiences. Emotional expressions in the digital environment enrich communication, adding depth and expressiveness, while also revealing the cultural and social characteristics of users.

For citation

Egorova V.I. (2025) Emotsionalnost internet-rechi v aspekte gendernykh issledovaniy [Emotionality of Internet Speech in the Aspect of Gender Studies]. *Kultura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 15 (6A), pp. 230-237.

Keywords

Gender, virtual communication, speech, emotionality.

References

1. Grishkova, V. I. Gender stereotypes in communication / V. I. Grishkova // European Journal of Natural History. – 2009. – No. 6. – P. 66-67. – EDN PWDAMH.
2. Galiullina, O.R. Characteristics of the virtual linguistic personality of the author of the English-language online film review. DOI 10.52575/2712-7451-2024-43-1-78-89 // Questions of journalism and pedagogy of linguistics. 30.03.2024 URL: <https://jpl-journal.ru/index.php/journal/article/view/288> (date of request: 03/04/2025).

3. Egorova, V.I. Gender studies of concepts in different linguistic cultures / V. I. Egorova. – Kursk: Closed Joint Stock Company "University Book", 2019. – 144 p. – ISBN 978-5-907270-42-8. – EDN LZFELC.
4. Egorova, V.I. Gender differences in the use of graphic edits in Telegram / V. I. Egorova // Culture and Civilization. – 2024. – Vol. 14, No. 7-1. – pp. 19-28. – EDN PNYTIA.
5. Egorova, V. I. Depersonification of virtual reality / V. I. Egorova // Proceedings of the Southwestern State University. – 2012. – № 4-1(43). – Pp. 212-215. – EDN PDVBIB.
6. Egorova, V. I. Linguistic factors of carnality / V.I. Egorova // Functional and cognitive analysis of linguistic units and its applicative potential: proceedings of the I International Scientific conference, Barnaul, 05-07 October 2011 / All-Russian public organization "Russian Association of Cognitive Linguists", Altai regional branch; Altai State Pedagogical Academy, Linguistic the institute. Barnaul: Altai State Pedagogical University, 2012. pp. 121-122. EDN WNUCQB.
7. Egorova, V. I. Vocational school - one of the components of carnival / V. I. Egorova // Proceedings of the Southwestern State University. – 2011. – № 2(35). – Pp. 158a-161. – EDN NXLHUP.
8. Egorova, V. I. Social networks and their speech genres / V. I. Egorova // Russian Linguistic Bulletin. – 2021. – № 3 (27). Pp. 123-128. – DOI 10.18454/RULB.2021.27.3.6. – EDN HFGXAW.
9. Egorova, V. I. Factors of carnival manifestation in virtual reality / V. I. Egorova // Bulletin of Vyatka State University for the Humanities. – 2011. – № 1-2. – pp. 32-35. – EDN NYAABL.