

Результаты исследования показывают, что пользователи Tumblr по-разному общаются в текстовых и графических сообщениях. Имиджевая коммуникация передает больше эмоций – большую интенсивность эмоций, чем текстовая коммуникация. И эмоции, выраженные в изображениях, в основном положительные. Текст, напротив, используется больше для описания личных ситуаций и выражения сарказма, и он передает больше негативных эмоций по сравнению с изображениями. Общение в обоих режимах Tumblr в основном является искренним, хотя и присутствует значительная доля сарказма. Возможным объяснением является то, что большинство пользователей Tumblr (а также в корпусе постов авторов исследования) – женщины. А женщины, как правило, выражают больше эмоций (особенно положительных) в Сети, чем мужчины. Кроме того, наиболее популярные теги, используемые для сбора данных, в основном привлекают более молодую, эмоциональную аудиторию. Различия между двумя наборами данных можно объяснить и с точки зрения природы двух режимов. Изображение является социально более богатым режимом, чем текст: оно может показывать выражение лица и все многообразие эмоций. Кроме того, изображения более эффективны в юмористических ситуациях. Текст, напротив, более дистанцирован, это объясняет, почему текстовый набор данных имеет чаще отрицательную поляризацию. Пользователи намеревались «выпустить» свои чувства быстро, не прибегая к более трудоемкому процессу выбора и вставки изображения в сообщение. Анализ изображений с текстом повышает точность анализа тональности в социальных сетях, а также подчеркивает важность учета не только темы общения, но и демографических данных пользователей.

А. В. Красник

РОЛЬ ЛЕКСИЧЕСКОГО АССОЦИИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ

Особенностью современного этапа в изучении слова является обращение лексикологов к аспектам функционирования значения слова как живого знания в языковом сознании индивида. Представляется перспективным изучение роли ассоциативных связей в процессе коммуникации. Внимание к связям такого рода не случайно, так как именно они дают представление об особенностях лексического значения слова, его прагматических и культурологических возможностях, способности соотноситься с определенными ситуациями общения и так далее.

Ассоциативные связи, получаемые в результате применения различных ассоциативных методик, представляют собой отражение знаний о мире, хранящиеся в сознании человека. Следует отметить, что ассоциации выступают не как пассивное отражение некоторого содержания языкового сознания, а как выражение коммуникативного намерения носителя языка.

Каждое слово вызывает в сознании носителей языка те или иные словесные реакции – ассоциации. В современной гуманитарной парадигме, под ассоциацией понимается связь, образуемая при определенных условиях между двумя и более образованиями, такими как ощущения, двигательные акты, восприятия, идеи и так далее. Действие этой связи состоит в том, что появление одного члена ассоциации приводит к появлению другого. В каждой конкретной речевой ситуации происходит отражение лишь части коммуникативного потенциала слова, то есть его готовности участвовать в общении в качестве элемента высказывания. Этот процесс определяется интенциями говорящего, своеобразием его концептуальной и языковой картины мира. В первую очередь актуализируется денотативно-сигнификативный компонент лексического значения, отвечающий за определенное смысловое оформление сообщения и обеспечивающий адекватное понимание информации адресатом. Прагматический аспект значения слова и эстетическое воздействие, обусловленные ассоциативными связями, выводят на индивидуальный уровень языкового сознания и делают общение личностно значимым.

Будучи способом существования личности, коммуникация используется и для осуществления профессиональной деятельности. В качестве примера рассмотрим, как происходит актуализация ассоциативных связей в деловой коммуникации. Сегодня день существуют различного рода исследования, посвященные вопросам деловой коммуникации, стратегиям и принципам речевого поведения в условиях различных ситуаций делового взаимодействия, практическим рекомендациям по организации и проведению совещаний, презентаций и переговоров и так далее. Мы можем наблюдать увеличение количества мультинациональных предприятий и активный обмен технологиями между представителями различных стран. Поэтому язык делового общения является важным инструментом межкультурной коммуникации. Изучение особенностей лексического ассоциирования на примере английского языка в процессе делового общения вызывает интерес, особенно если английский язык является неродным языком обеих сторон переговоров.

Для иллюстрации процесса лексического ассоциирования рассмотрим лексические единицы *problem* ‘проблема’ и *issue* ‘проблема’. В Оксфордском толковом словаре данные лексические единицы определяются следующим образом:

Problem – a thing that is difficult to deal with or to understand.

Issue – a problem or worry that somebody has with something.

В обеих дефинициях содержится информация о некоторой задаче, с которой сложно справиться. Не смотря на то, что для современной деловой коммуникации характерна симплификация выражений и однозначность толкований во избежание непонимания между партнерами – не носителями языка, для описания сложной ситуации предпочтение отдается слову *issue*, а не *problem*. Для сравнения рассмотрим ассоциативные поля, а именно совокупность реакций на заданное слово-стимул, лексических единиц *problem* и *issue*, полученные по данным Ассоциативного тезауруса английского языка под редакцией Киша:

Problem: *child* 16, *answer* 10, *worry* 9, *difficult* 5, *solved* 5, *difficulty* 3, *maths* 3, *question* 3, *solve* 3, *work* 3, *yes* 3, *help* 2, *me* 2, *none* 2, *sheet* 2, *solution* 2, *trouble* 2, *arithmetic* 1, *baby* 1, *calculation* 1, *case* 1, *crossword* 1, *great* 1, *hard* 1, *is* 1, *mathematics* 1, *my* 1, *now* 1, *of* 1, *page* 1, *patient* 1, *plenty* 1, *predicament* 1, *puzzle* 1, *query* 1, *sex* 1, *sexual* 1, *small* 1, *sum* 1, *think* 1.

Issue: *give* 11, *magazine* 5, *paper* 5, *forth* 4, *stamp* 3, *child* 2, *children* 2, *copy* 2, *distribute* 2, *stake* 2, *a* 1, *argue* 1, *birth* 1, *bleed* 1, *blood* 1, *book* 1, *card* 1, *conflict* 1, *date* 1, *demand* 1, *desk* 1, *discussion* 1, *edition* 1, *effort* 1, *exit* 1, *finance* 1, *first* 1, *general* 1, *give out* 1, *god* 1, *handout* 1, *happening* 1, *involved* 1, *joined* 1, *latest* 1, *library* 1, *matter* 1, *money* 1, *monthly* 1, *new* 1, *newspaper* 1, *next* 1, *notes* 1, *now* 1, *offspring* 1, *pamphlet* 1, *performance* 1, *point* 1, *policy* 1, *politics* 1, *problem* 1, *race* 1, *ruin* 1, *send out* 1, *shares* 1, *sneeze* 1, *spring* 1, *stamps* 1, *story* 1, *talk* 1, *the* 1, *this* 1, *thumb* 1, *tissue* 1, *toilet* 1, *topic* 1, *vital* 1, *without* 1.

При анализе обоих ассоциативных полей можно отметить, что слово *problem* в целом ассоциируется с ситуацией, которая вызывает беспокойство или трудно решается, например, *worry* 9, *difficult* 5, *difficulty* 3, *trouble* 2, *great* 1, *hard* 1. Данный стимул может быть воспринят нейтрально – это появление ассоциаций, которые могут вступать в синонимические отношения со словом-стимулом, например, *answer* 10, *question* 3, *work* 3, *case* 1, *puzzle* 1, *query* 1. Ассоциации, указывающие на то, что слово *problem* воспринимается как проблема решаемая, могут быть выражены двумя вариантами, а именно *solved* 5, *solve* 3, *solution* 2, либо *help* 2.

В ассоциативном поле слова *issue* явно отрицательных реакций, указывающих на сложность в решении проблемы, меньше. Это ассоциации *argue* 1, *conflict* 1, *problem* 1. Присутствуют и ассоциации, характеризующие ситуацию с нейтральной стороны, например, *discussion* 1, *matter* 1, *point* 1, *talk* 1, *topic* 1.

Так как коммуникация носит аксиологический характер, предположим, что высказывания, в которых употребляется слово *problem*, могут быть оценены как сложно решаемые либо нерешаемые вообще в силу ассоциативных связей данной лексической единицы, что может негативно отразиться на ведении переговоров. Знание особенностей ассоциирования той или иной лексической единицы может вызывать сложности, и поэтому их также необходимо учитывать при изучении особенностей делового общения и межкультурной коммуникации в целом.

В. В. Новиков

ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА СЛОВ СОБЕСЕДНИКА КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ НЕСОГЛАСИЯ В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ДИСКУССИОННЫХ ТОК-ШОУ ГЕРМАНИИ

Ток-шоу (от англ. *talk* – ‘разговор’, ‘беседа’; *show* – ‘зрелище’, ‘представление’) в сфере аудиовизуальных средств массовой информации представляет собой одну из форм организации публичного обсуждения