

Интернет-дискурс возмущения

Храбан Т.Е.

*Военный институт телекоммуникаций и информатизации
имени Героев Крут, Киев (Украина)*

В работе представлено рассмотрение дискурса возмущения как субдискурса эмоционального интернет-дискурса и важной формы социальной практики. Описаны характерные отличия дискурса возмущения, которые проявляются в особенностях отражения структуры мысли и ее развития в смысловых связях компонентов речи, использовании определенных тактик конфликтной стратегии дискредитации, комплекса разноуровневых языковых средств для эмоционального самовыражения и воздействия на реципиента.

Цель статьи — анализ интернет-дискурса возмущения как разновидности эмотивного дискурса.

Материал и методы. Практическим материалом исследования послужили дискурсивные фрагменты отзывов о работе службы доставки Новая почта (Украина). Основные методы: интерпретационный, дискурс-анализ, семантический анализ.

Результаты и их обсуждение. При исследовании интернет-дискурса возмущения целесообразно рассматривать эмоции как социально заданный конструкт, поскольку именно социальные нормы регламентируют процесс функционирования и взаимодействие когнитивного, экспрессивного, мотивационного компонентов коммуникации. Актуальными представляются социальные формы деятельности с часто повторяющимися однотипными отношениями, которые в результате многократных повторений перерастают в устойчивые связи: потребитель услуг — производитель услуг. Такие характерные черты возмущения, как краткосрочность, стихийность ее возникновения, неосознанность человеком предметного содержания своих эмоций, изменение сознания и внутреннего душевного мира человека, высокий уровень эмоционального накала, последующая трансформация в негативные эмоции, создают предпосылки для отражения этого эмоционального состояния в речи.

Заключение. Основными маркерами дискурса возмущения являются нарушение законов логики и ошибки в аргументации вследствие сильного эмоционального возбуждения адресанта, использование конфликтной стратегии дискредитации, которая направлена на снижение социальной привлекательности оппонента для окружающих, применение комплекса разноуровневых языковых средств для эмоционального самовыражения и воздействия на реципиента.

Ключевые слова: дискурс возмущения, коммуникативные стратегии и тактики, социальная практика, эмоциональный интернет-дискурс.

(Ученые записки. — 2018. — Том 26. — С. 218–223)

The Internet Discourse of Indignation

Hkraban T.E.

*Military Institute of Telecommunications and Informatization
Named after Heroes of Krut, Kiev (Ukraine)*

The article deals with analysis of indignant discourse as a sub-discourse of emotional Internet discourse and an important form of social practice. Such characteristic differences of indignant discourse as the structure of thought and its development in the semantic connections of speech components, the use of certain tactics of the conflict discredit strategy, a complex of different-type language means for emotional self-expression and impact on the recipient are described.

The purpose of the article is analysis of the Internet discourse of indignation as a kind of emotive discourse.

Material and methods. The research methods are discourse analysis, interpretation method, method of semantic analysis. The discursive fragments of feedback on the work of the delivery service of Nova Pochta (Ukraine) were the material for the study.

Findings and their discussion. Studying the Internet discourse of indignation it is proper to consider emotions as a socially given construct since social norms direct the process of functioning and the interaction of the cognitive, the expressive, the motivation components of communication. Social forms of activity with frequently repeated same-type relations which, being repeated, become stable ties, service consumer — service producer, are topical for the research. Such characteristic features of indignation as short-term, spontaneity of its origin, unconsciousness of the subject's content of his/her emotions, changes in the consciousness and inner mental world of a person, high level of emotional heat, subsequent transformation into negative emotions create prerequisites for reflecting this emotional state in speech.

Адрес для корреспонденции: e-mail: Xraban.Tatyana@gmail.com — Т.Е. Храбан

Conclusion. *The main markers of the discourse of indignation are: violation of the logical laws and errors in the argumentation due to strong emotional stimulation of the addressee, the use of certain tactics of the conflict discredit strategy, a complex of different-type language means for emotional self-expression and impact on the recipient.*

Key words: *discourse of indignation, communicative strategies and tactics, social practice, emotional Internet discourse.*

(Scientific notes. – 2018. – Vol. 26. – P. 218–223)

Основой для расширения контактов между людьми стали процесс глобализации и научно-технический прогресс, в частности широкое распространение инноваций в области информационно-коммуникационных технологий. Эти факторы способствуют трансформации коммуникации в специфическую деятельность, выступающую в качестве условия и составляющей практически любой предметной деятельности человека. С возникновением интернета понятие *коммуникация* приобрело социокультурное содержание. Информационное общество отличается не только и не столько увеличивающимися возможностями, в частности для накопления и переработки информации, сколько новыми формами коммуникации и их реализацией в особом социальном пространстве [1, с. 14]. Появление нового вида коммуникации дает основания утверждать, что сформировалось особое коммуникативное пространство, которому свойственны определенные «специфические условия общения, которые недоступны в актуальной реальности» [2, с. 18]. Это пространство – не что иное, как реальное человеческое мышление, которое воплощается в виде текста в его новом образе и сочетает в себе не только словесное высказывание, но и цвет, звук, графику и анимацию [3, с. 42–43]. Актуальность статьи состоит в ее согласованности с важными тенденциями интернет-лингвистики, которая «дает возможность исследовать объект одновременно в разных парадигмах лингвистического знания (антропоцентричный, функциональный, коммуникативный, когнитивный, лингвогендерный, социолингвистический, психологический, лингвокультурологический» [4, с. 7].

Е. Горина утверждает, что «сложность организации и разнообразие содержания интернета позволяют говорить о нем как о глобальном дискурсе, состоящем из множества субдискурсов, каждый из которых представляет собой какую-либо смысловую зону, сферу деятельности человека» [5, с. 150]. Большинство ученых, занимающихся исследованием интернет-коммуникации (Е. Горина, Е. Горошко, Л. Компанцева, Н. Мечковская, И. Розина, М. Сидорова, Л. Щипіцина, L. Adrianson, S. Barnes, J. O'Brien, L. Cherny, D. Crystal, A. Colley, K. Crowston, B. Danet, K. Hillis, S. Herring, E. Kammerer, C. Marshall, M. Rodino, V. Savicki, J. Suler, R. Thomson и др.), определяют интернет-дискурс как созданную и существующую в виртуально-реальных услови-

ях совокупность сетевых продуктов, изучаемых в рамках лингвистического и паралингвистического контекста, воспринимаемых адресатом с учетом его коммуникативной и когнитивной деятельности [6, с. 65].

Цель статьи – анализ интернет-дискурса возмущения как разновидности эмотивного дискурса.

Материал и методы. Материалом исследования послужили дискурсивные фрагменты отзывов о работе службы доставки Новая почта в Украине. Основные методы: интерпретационный, дискурс-анализ, семантический анализ.

Результаты и их обсуждение. Е. Горина предлагает рассматривать как основу для формирования методологии анализа дискурса интернета универсальную систему его конституирующих признаков: когнитивность, интерактивность, вариативность, психологичность и социологичность [6, с. 65–67]. Поскольку в настоящее время современное общество предъявляет высокие требования к уровню коммуникативной и социальной компетентности людей, а «дискурсивные методы ... являются важной формой социальной практики, способствуют процессу конституирования социального мира, включая социальные идентичности и социальные отношения» [7, с. 169], особую актуальность приобретает социально ориентированный подход к дискурс-анализу. Е. Горина отмечает, что именно социологичность интернет-дискурса объясняет связь между изменениями, происходящими в социуме, и формированием новых сообществ в коммуникативном пространстве интернета, своеобразием взаимоотношений людей внутри сетевых групп, в их социальном расслоении, формировании особых социальных статусов, связанных с использованием сети, и т.д. [6, с. 67]. Кроме того, важно применение теоретико-методологических принципов социологической теории постмодерна, которые позволяют проанализировать особенности коммуникативной интеракции в социальных сетях и способствуют раскрытию субъективных сторон факта, когда «социальная фактичность предстает в контексте самой человеческой жизни (в ее уникальности и конкретности)» [4, с. 180]. В дискурсивной теории постмодерна центром внимания является, прежде всего, конкретный факт (для данной статьи – коммуникативный акт), а «исследователь играет роль непосредственного участника и активного интерпретатора социальных действий и ситуаций» [4, с. 179].

В определении коммуникативного поведения человека эмоции играют важную роль. Интерес для нашей работы представляет концепция, рассматривающая эмоции как социально заданный конструкт и отрицающая врожденный характер эмоциональных реакций, а также утверждающая, что переживание, выражение и распознавание эмоций детерминируется нормами, заданными социальным окружением [5, с. 114–115]. Актуальным для исследования представляются социальные формы деятельности с часто повторяющимися однотипными отношениями, которые в результате многократных повторений перерастают в устойчивые связи *потребитель услуг – производитель услуг*. Отличительной особенностью таких отношений является то, что они связывают неравноправных участников: потребитель услуг может решать, в какую фирму ему обратиться, а производитель услуг вынужден обслуживать любого клиента, который его выбирает. При этом решаются различные коммуникативно-интерактивные задачи, в основе которых лежат различные виды отношений: статусно-ролевые (потребитель – производитель) и социальные. При этом участники выступают как представители разных социальных и профессиональных групп. Возникающие конфликтные ситуации между потребителями и производителями услуг ведут к формированию дискурса возмущения.

Результаты рецептивного эксперимента, проведенного на сайте ПСИХА НЕТ (<http://psyha.net>), позволили нам предложить значение понятия *возмущение*. Респондентам следовало завершить фразу: «Эмоция возмущения – это...». Ответы, предоставленные посетителями сайта, позволили выделить такие тематические группы:

1. «Субъективная реакция, которая возникает при столкновении человека с эмоциогенной ситуацией». Маркерами этой группы выступают лексические сигналы: *взрыв эмоций; хаотичность мыслей; вынос мозга; буря эмоций; взрыв разбрасывает; боюсь в монстре узнать себя; порыв; первый секундный «приход»; немедленная физиологическая реакция на событие; первая реакция, которая характеризуется некоторым ступором; от возмущения даже сказать сначала ничего не мог; невозможность трезвой оценки происходящего; скоротечно; минутная вспышка; не могу контролировать это чувство никак; не осознаю, что со мной происходит; вызывает накал; сложно объяснить; хочу ли я его переживать или не хочу, оно возникает; с пеной у рта; бурное неприятие и отрицание происходящего; скачет из крайности в крайность; налево и направо без надобности*. Ключевыми моментами для определения эмоции возмущения пользователи интернета считают стихийность ее возникновения (*вспышка, «приход»*), неосознанность

человеком предметного содержания своих эмоций (*не осознаю, что со мной происходит*), изменение сознания и внутреннего душевного мира человека, например, мышления (*хаотичность мыслей*) и восприятия (*невозможность трезвой оценки происходящего*), краткосрочность (*взрыв*), накал страстей (*с пеной у рта*), негативное отношение к оппоненту или ситуации (*неприятие и отрицание*).

2. «Ощущение своей правоты». Маркерами этой группы выступают лексические сигналы: *праведный гнев; чувство правильности собственных действий; грубо нарушает мой покой или мироустройство; посягательство на мои личные интересы; право сказать: «Оу, ребята, а ну-ка слезли с моей головы... и ноги уберите...»*. Объяснение респондентами своих чувств сводится к бинарным оппозициям «правильно – неправильно» или «справедливо – несправедливо» (*чувство правильности*), «свое – чужое» (*мой покой*). Лексические сигналы (*грубо нарушает, посягательство, уберите ноги*) свидетельствуют о негативном отношении респондентов к источнику эмоции возмущения.

3. «Пост-эффект». Маркерами этой группы выступают лексические сигналы: *потеря покоя; ухожу в отрицание; забываю об эффекте зеркала; осуждаю, негодую, фантазирую о возмездии; боюсь, что будет хуже прежнего; порыв, который очень скоро переходит в другие чувства, например: злость или страх; выливается в ровное течение злости, страха или какого-нибудь другого чувства; потеря душевного покоя; позволяя на себе ездить и собой пользоваться*. Важным элементом для определения понятия *возмущение* для респондентов является краткосрочность этой эмоции (*скоро переходит*) и последующая ее ассимиляция с такими негативными эмоциями, как гнев, злость, фрустрация, досада, обида, раздражительность, тревожность, мстительность и др. (*потеря покоя, боюсь, осуждаю, негодую*).

Таким образом, результаты рецептивного эксперимента позволили дать определение понятию *возмущение*: краткосрочное негативное эмоциональное состояние, характерными чертами которого являются стихийность его возникновения, неосознанность человеком предметного содержания своих эмоций, изменение сознания и внутреннего душевного мира человека, высокий уровень эмоционального накала, последующая трансформация в негативные эмоции (досада, обида, раздражительность, тревожность и др.).

Анализ отзывов на сайте Новая почта о работе службы доставки позволил выделить такие особенности интернет-дискурса возмущения:

1. Нарушение законов логики и ошибки в аргументации вследствие сильного эмоционального возбуждения адресанта. Приведенный тексто-

вый фрагмент служит ярким примером: *Отзывы о ней на сайте должны были натолкнуть на некие сомнения и риски, но у меня не было выбора, мне нужно было срочно доставить в другой город мою посылку. Началось все с того, что к Новой почте я относилась достаточно неплохо, хоть не было там приветливого обращения с клиентами и любезности. Я обратилась в свое отделение Новой почты, где со мной, как всегда, нелюбезно поговорили, ну, да и ладно, я уже давно смирилась с тем, что персонал здесь такой, и, в принципе, не требовала от них большего. Главное ведь – доставить посылку! Там мне, как всегда, с безразличием установили местонахождение моей посылки, и, оказывается, она уже давно лежит в одном из отделений города получателя, но курьером не доставлена. Я была в шоке! Как? Ведь я оплатила курьерскую доставку! И уже пару дней ее никто не доставляет! А ведь Новая почта позиционирует себя лидером экспресс-доставки! На мои речи я получила полное безразличие и ответ: «Звоните на горячую линию! Ничем не можем помочь». В этот же момент разносился спор на повышенных тонах мужчины и еще одной сотрудницы. Он также был крайне недоволен качеством услуг и тоном, которым говорят сотрудницы с клиентами. В итоге работница ответила, что они постараются доставить мою оплаченную посылку с оригиналами документов «на днях». На днях! Если честно, мне стало не по себе. То есть они «постараются», но где же хоть какие-то гарантии? Где ответственность? Хоть посылку и получили вчера, я немного изменила свое отношение к НП. ЛЮДИ, КАРАУЛ!!! Вы платите деньги за услуги, а в результате за ваши грузы и товары никто не несет ответственности. Это просто никуда не годится! Вот вам и доставка будущего!*

В анализируемом фрагменте автор нарушает закон непротиворечия. Она информирует, что уже имела достаточно оснований отказать от услуг Новой почты, основываясь на отзывах и личном опыте (*отзывы о ней на сайте должны были натолкнуть на некие сомнения и риски; как всегда, нелюбезно поговорили*), но все-таки обратилась к ней. Адресант утверждает, что ее вынудили обстоятельства (*у меня не было выбора*), в то время как в Украине существует несколько альтернативных служб доставки. Далее автор предъявляет претензии по культуре обслуживания клиентов (*полное безразличие*), но одновременно заявляет, что это не является причиной для жалобы (*ну, да и ладно, я уже давно смирилась с тем, что персонал здесь такой, и, в принципе, не требовала от них большего; главное ведь – доставить посылку!*). Кроме того, во фрагменте прослеживается нарушение закона достаточного

основания. Так, для реализации в речи прагматических принципов кооперации и вежливости сотрудниками службы было использовано мегакоммуникативное клише обещания (*постараются доставить мою оплаченную посылку с оригиналами документов «на днях»*). Обосновывая свою тезу о высокой вероятности возникновения неблагоприятного результата, адресант опирается на употребление лексемы *постараться* (*То есть они «постараются», но где же хоть какие-то гарантии? Где ответственность?*), приравнивая семантические значения `сделать все возможное` и `дать гарантии`.

Анализ фрагментов дискурса возмущения позволил выявить следующие ошибки в аргументации адресанта: а) «чрезмерное обоснование». Пытаясь вывести как можно больше доводов в пользу своего тезиса, автор начинает использовать противоречивые утверждения, а чрезмерная насыщенность фрагмента аргументами приводит к неупорядоченной, хаотично выстроенной структуре текста: сведения, не имеющие отношения к теме, делают текст запутанным и сумбурным, отвлекают от главной мысли; б) отсутствие логической связи между аргументами и тезисом. Адресант заменяет объективные доводы, необходимые для рационального обоснования какого-либо утверждения, нерелевантными фактами (*Кстати, пребывая в ярости из-за наглости оператора, я поехала к ним в офис. Это такая «шарашикина контора», которую еще поискать нужно! Коробки, грязь, пару комнат, склад! Никогда не пользуйтесь их услугами!*). Первоначальная претензия в данном фрагменте отходит на второй план, критике подвергаются недостатки организации труда на Новой почте.

2. Использование конфликтной стратегии дискредитации. Коммуникативно-прагматический потенциал стратегии дискредитации в интернет-дискурсе возмущения направлен на снижение социальной привлекательности оппонента для окружающих и, как следствие, нанесение урона его социальному статусу. Стратегия дискредитации реализуется посредством тактик: а) обвинение. Характеризуется эмоциональностью, категоричностью, резкостью суждений, склонностью к оценочности: *никакой ответственности, халатное отношение, обман, хамство персонала, низкое качество сервиса, безразличие, безответственность, завышенные цены на некачественное обслуживание, ворье, работа компании отвратительная, граничащая с криминалом, во всем одни минусы, аферисты, наплевательское отношение к работе, кошмар, полностью неадекватный персонал, хамы, невежи, безграмотны, бардак*; б) угроза. По мнению И. Чеснокова, психологическим мотивом использования тактики угрозы является «потреб-

ность индивида в эмоционально-энергетической разгрузке, которая трансформируется в целевую установку, связанную с устранением источника фрустрации (или замещающего его объекта) и установлением границы, отделяющей свое (безопасное) от чужого враждебного пространства» [8, с. 9]. Для интернет-дискурса возмущения характерна объективация тактики угрозы посредством предупреждения, в котором адресант эксплицитно сообщает оппоненту, что он имеет намерения совершить в отношении его действия, влекущие причинение вреда (*Аферисты!!! Подаю на них в суд!!!*); предупреждения – предсказания – обещания (*Я в милицию заявила о воровстве сотрудниками Новой почты вещей из посылок. Надеюсь, что посадят воров из Новой почты; Думаю вызвать телевидение, пусть и не возместим убытки, но их репутацию ухудшим*), в которых адресант «остается активно действующим лицом, выражающим свое намерение совершить нечто противоречащее воле угрожающего объекта, что, в свою очередь, свидетельствует его нацеленности на обострение межличностного конфликта» [9, с. 132]. Негативное предсказание реализует тактику угрозы посредством описания будущего события, которое будет справедливым возмездием за невыполненные (или некачественно выполненные) обязательства, но произойдет без участия адресанта: *Надеюсь, что правоохранительные органы прольют свет на незаконную деятельность Новой почты!*; в) злопожелание. Наиболее часто в интернет-дискурсе возмущения адресанты прибегают к прямым формам объективации тактики злопожелания, в которых автор «стремится нанести своему оппоненту вред и одновременно оказать деструктивное воздействие на его эмоциональную сферу» [9, с. 82]: *Желаю Вам, чтобы Вы свою зарплату так, как я получала мою посылку; Надеюсь, что в скором будущем вас ждет банкротство; Надеюсь, в новом году Новая почта окончательно погрязнет в своих проблемах с таким гнилым руководством и самоустранился*; г) совет-предупреждение. Является побудительно-регулятивным речевым действием. Убеждающее воздействие на других пользователей службы доставки достигается с помощью аргументации, которая побуждает к принятию субъективного мнения адресанта. Адресант может апеллировать к благу другого клиента, тем самым задавая адресату установку избегать пользоваться услугами критикуемой службы доставки: *Во избежание подобных проблем не рекомендую сотрудничать с данным перевозчиком (тем более что другие на порядок дешевле). У меня уже это отняло много денег и нервов; Всем советую пользоваться другими перевозчиками, например, Деливери, Экспресс-почта. Там работают профессионалы, и обслуживание – отличное,*

не то, что на Новой почте; д) призыв. Тактика характеризуется побудительной интенцией и эксплицитным выражением личных интересов адресанта посредством повелительного наклонения глаголов: *Призываем всех поставщиков расторгнуть договора с этим перевозчиком; Не доверяйте Новой почте груз и, тем паче, деньги*; е) оскорбление. Тактика направлена на понижение социального статуса адресата путем вынесения оценки о моральном поведении и интеллектуальных способностях оппонента: *хамы, не умеющие связать и двух слов менеджеры; ворье и аферисты; это не персонал – это контингент с вороватыми взглядами и синяками на лице, бандиты; компания аферистов!!!!*

3. Применение комплекса разноуровневых языковых средств для эмоционального самовыражения и воздействия на реципиента: а) лексические эмотивы. Анализируемые фрагменты насыщены лексикой, обозначающей эмоции (*даже расстраиваться не хочется, гневный отзыв, настроена серьезно, до невозможности раздражает, бесит, мега разочарована, негодование моему не было предела, потеряла надежду, дошел гнев до своей «горячей точки», раздражение и приступ гнева, к моему огромнейшему сожалению, меня просто бомбит, негодование, вывели из себя, я ужасно недовольна, пребывая в ярости, почувствовать себя придурком и лохом*), лексикой, используемой для передачи эмоционального состояния адресанта (*кошмар, крик души, просто нет слов, с подобным ужасом не сталкивалась, вообще ни в какие ворота, кошмарный сон, просто издевательство*), лексикой, служащей для эмоциональной оценки и интенсификации признака (*носом покрутила, по-хамски, абсолютно пофигистическая компания, самая отстойнейшая, сомнительная организация, жуткая организация работы и безответственность, один сплошной минус, отвратительно, истерично звонить, подавитесь, бандиты, разбой на ровном месте, бардак, свинское отношение, вконец обнаглели, включает дурака*); б) усиленные прилагательные и наречия (*полнейшая безответственность, категорически не рекомендую, ужасно недовольна, абсолютно пофигистическая компания, оперативность доставки полностью отсутствует, обратной связи нет абсолютно*), в) экспрессивные синонимы прилагательного *плохой* (*неадекватный персонал, неприятная компания, ужасная почтовая служба, отвратительная компания, жуткая организация*); г) усиленные и восклицательные частицы (*ну какого лешего я должен переживать, да это же обдираловка, ну как же это?; ох, как же это было неприятно*); д) риторические вопросы (*Зачем эти телефоны, если по ним никто не может толком ничего ответить?*);

е) восклицательные предложения (*Простой развод на деньги! Это вообще ни в какие ворота!*); ж) графические средства выделения (*... так как у них поломалась машина. Она у них единственная что-ли?; Но разве МЕНЯ это должно интересовать? Я – клиент!*).

Заключение. Следовательно, при исследовании интернет-дискурса возмущения целесообразно рассматривать эмоции как социально заданный конструкт, поскольку именно социальные нормы регламентируют процесс функционирования и взаимодействие когнитивного, экспрессивного, мотивационного компонентов коммуникации. Такие характерные черты возмущения, как краткосрочность, стихийность его возникновения, неосознанность человеком предметного содержания своих эмоций, изменение сознания и внутреннего душевного мира человека, высокий уровень эмоционального накала, последующая трансформация в негативные эмоции, создают предпосылки для отражения этого эмоционального состояния в речи. Основными маркерами дискурса возмущения являются нарушение законов логики и ошибки в аргументации вследствие сильного эмоционального возбуждения адресанта, использование конфликтной стратегии дискредитации, которая направлена на снижение социальной привлекательности оппонента для окружающих, применение комплекса разноуровневых языковых средств для эмоционального самовыражения и воздействия на реципиента [10–12]. Перспективой дальнейшего исследования считаем анализ зависимости эмоций от гендера, возраста, социального статуса, а также этнической принадлежности.

Литература

1. Горошко, Е.И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: монография / Е.И. Горошко. – Харьков: ФЛП Либуркина Л.М., 2009. – 816 с.
2. Асмус, Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. ... канд. филол. наук / Н.Г. Асмус; Челябин. гос. ун-т. – Челябинск, 2005. – 265 л.
3. Трофимова, Г.Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты / Г.Н. Трофимова. – М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2009. – 436 с.
4. Христофорова, О. Социальный факт и социологические методологии в ситуации постмодерна / О. Христофорова // Логос. – 2005. – № 2(47). – С. 174–182.
5. Гулевич, О.А. Социальная психология: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.А. Гулевич, И.Р. Сариева. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 424 с.
6. Горина, Е.В. Дискурс интернета: определение понятия и методология исследования / Е.В. Горина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 11(41). – Ч. 2. – С. 64–67.
7. Интернет-комунікація в діяльності інститутів сектору безпеки: теоретико-прикладний аспект: монографія / ред.: Л.Ф. Компанцева, О.В. Акульшин. – Луганск: ПП «Видавництво «Янтарь», 2013. – 662 с.
8. Чесноков, И.И. Дискурсивная тактика злопожелания: прямые формы объективации в наличной конфликтной ситуации общения / И.И. Чесноков // Известия Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер., Филол. науки. – 2012. – № 4. – С. 79–82.
9. Чесноков, И.И. Дискурсивная тактика угрозы: косвенные формы объективации: предупреждения / И.И. Чесноков // Известия Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер., Филол. науки. – 2015. – № 2. – С. 132–138.
10. Чесноков, И.И. Тактика угрозы как структурная составляющая виндиктивного дискурса (прямые формы объективации) / И.И. Чесноков // Известия Волгогр. гос. пед. ун-та. Сер., Филол. науки. – 2008. – № 5(29). – С. 8–13.
11. Горина, Е.В. Дискурс интернета в аспекте воздействия на пользователя / Е.В. Горина // Политическая лингвистика. – 2015. – № 2(52). – С. 150–154.
12. Компанцева, Л.Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы / Л.Ф. Компанцева. – К.: Наук.-вид. відділ НА СБУ, 2009. – 275 с.

Поступила в редакцию 09.04.2018 г.