**Психолингвистические особенности виртуального общения женщин**

 В современном мире все большее значение приобретает такой опосредованный вид коммуникации, как виртуальное общение, то есть общение в интернете посредством компьютера и прочих средств связи, имеющих доступ в интернете. Под виртуальным общением мы предлагаем понимать особый вид опосредованной коммуникации, характеризующийся обменом сообщениями через телекоммуникационные системы.

Якоба И. А. выделяет следующие особенности Интернета:

- глобальный, межкультурный, транснациональный характер,

- неограниченная информационная свобода,

- расширяющиеся возможности накопления и переработки информации,

- постоянно растущее число пользователей,

- появление новых специфических жанров на основе комбинации различных типов дискурса (например, форумы, чаты, блоги и т.п.),

- отсутствие централизованной организационной структуры,

- высокая скорость распространения информации,

- сетевой (горизонтальный способ) распространения информации,

- дистантность и высокая степень проницаемости (социальная, возрастная, гендерная, временная, пространственная доступность),

- интерактивность и взаимная направленность,

- возможность проявить, изменить или скрыть индивидуальность,

- возможности для самовыражения, самоутверждения, развития, обучения, бизнеса и т.п. (Якоба И. А. Особенности Интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты)//Вестник Иркутского государственного технического университета. Языкознание. 2012: 366).

 К общим особенностям виртуального общения можно отнести: широкие коммуникативные границы и возможности, нахождение членов коммуникации в стабильной привычной обстановке, преимущественно письменная форма общения, возможность совершенствования навыков письменной речи (в частности, умения вести деловую документацию, если речь идет о рабочей переписке посредством электронной почты).

Общие особенности виртуального общения не отражают особенностей коммуникации в гендерном разрезе. Поэтому нами была предпринята попытка изучения психолингвистических особенностей женщин в ходе их общения в интернете как наиболее популярного и востребованного сегмента среди пользователей коммуникационных сетей. В ходе нашего исследования нами был проведен сопоставительный анализ 100 страниц пользователей женского пола приложения «Инстаграм».

Гендерные стереотипы вербального поведения не всегда осознаются напрямую. Часто в процессе коммуникации дифференциация коммуникативного поведения осуществляется на бессознательном уровне. В частности в процессе анализа страниц популярных личностей в «Инстаграм» нами была выявлена следующая закономерность: если личность не пользуется позитивным вниманием ряда других пользователей (на современном молодежном сленге они называются хейтерами), то это отслеживается в их негативно окрашенных сообщениях практически под каждой провокационной фотографией популярной личности вне зависимости от того, сопроводила ли эта личность фотографию своим пояснительным комментарием или нет. Помимо этого, нами было отмечено, что негативно окрашенные комментарии хейтеров могли распространяться не только на саму популярную личность, но и на ее родственников, включая детей, на недвижимость, на работу, на друзей, на особенности быта.

Ролевые особенности вербального поведения манифестируются исключительно в процессе коммуникации языковых личностей. «Инстаграм» характеризуется возможностью проставления «лайков» за фотографии. Нами не выявлено никакой зависимости между количеством «лайков» за фотографию и коннотативной окраской вербального поведения женщин, то есть фотография может быть оценена большим количеством женщин, но это не гарантирует наличия исключительно позитивно окрашенных комментариев к этому снимку.

Существуют симметричные и асимметричные ситуации ролевого общения. В симметричных ситуациях собеседники равны по социальному статусу. В ассиметричных у них разное положение на общественной лестнице. В ходе проведенного нами психолингвистического анализа нами не было выявлено прямой зависимости между особенностями женского вербального поведения и их социальных статусом, исключая случаи общения подростков женского пола, где нами были отмечены случаи немотивированной агрессии.

Наиболее ярко психолингвистические особенности женщин в «Инстаграм» проявляются в конфликтных ситуациях. Разные языковые личности по-разному проявляют себя в конфликте, что обусловлено их личностными характеристиками, а также воспитанием и темпераментом, но для женщин свойственны определенные общие черты: переход на личности, выискивание компромата, ироническая манера общения, использование эмоционально-окрашенных смайлов, игнорирование, демонстрация превосходства в какой-либо области или сфере, перевод разговора на более выгодную для себя тему.

 В ходе исследования нами было выявлено преимущественное использование женщинами смайлов для краткого выражения своих эмоций. При этом нами было замечено, что чаще им отдавалось предпочтение женщинами в возрасте до 30 лет.

Для выражения положительной оценки женщинами часто используются такие слова и выражения, как «такой, удивительно, потрясающе, до чего, с ума сойти». В более молодой возрастной группе при этом чаще встречается употребление жаргонных слов по сравнению с более зрелой категорией женщин в возрасте от 30 лет.

Женщины по сравнению с мужчинами чаще пишут длинные посты в плане количества предложений. При этом сами предложения, как правило, тоже отличаются большой длиной. «…В речевом общении женщин, по сравнению с мужчинами, более значительна доля фактических коммуникативных актов, т.е. тех, основная цель которых – само общение, контакт». (Земская Е. А., Китайгородская М. В.,Розанова Н. Н. особенности мужской и женской речи//Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект, М., 1993, с. 90).

Также в ходе проведенного анализа нами были выделены определенные темы, которые являются наиболее популярными для обсуждения женщинами: дом, дети, семья, мода, знаменитости, здоровый образ жизни, покупки. Это обусловлено традиционными социальными ролями женщин в российском обществе, а именно: матери, хозяйки, жены.

Женщины редко используют термины, чаще пользуются приблизительными (описательными) обозначениями. В женской не особо сильно выражен профессиональный фактор. Но при этом женская речь более нормативна, так как в этом плане на них оказывает влияние осознание того факта, что они воспитывают детей и должны им подавать пример правильной речи.

 Для женщин свойственно использование слов с диминутивами, особенно, при комментировании фотографий маленьких детей или предметов, с ними непосредственно связанных. В. Гумбольт в своем труде «О различии между полами и его влиянии на органическую природу» указывал: «Все мужское выказывает больше самостоятельности, все женское – больше стражательной восприимчивости» (Гумбольт В. фон. О различии между полами и его влиянии на органическую природу.// Гумбольт В. фон. Язык и философия культуры. М., 1985, с. 148)

Гиперболизированная экспрессия женской речи особенно ярко проявляется через использование сильно эмоциально окрашенных слов (страшно, жутко, безумно).

 Для женщин характерно активное использование междометий для выражения своих чувств и эмоций (ой, ах, вау, ого-го).

Женская речь менее категорична по сравнению с мужской, что можно проследить через частое использование женщинами таких вводных слов, как «кажется, наверное, возможно, думаю, вероятно».

 Таким образом, женщины иначе, чем мужчины воспринимают мир и свою роль и положение в нем и, соответственно, по-другому выражают свои мысли, чувства и эмоции даже в виртуальном пространстве.

**Список использованной литературы**

1. Гумбольт В. фон. О различии между полами и его влиянии на органическую природу.// Гумбольт В. фон. Язык и философия культуры. М., 1985, с. 148.
2. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. особенности мужской и женской речи//Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект, М., 1993, с. 90.
3. Якоба И. А. Особенности Интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты)//Вестник Иркутского государственного технического университета. Языкознание. 2012. С. 366.