

# **ЧАСТНЫЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ- КОММУНИКАЦИИ**

**SPECIFIC LINGUISTIC RESEARCH METHODS OF  
INTERNET COMMUNICATION**

УДК: 81'23

DOI: 10.31249/chel/2022.02.07

**Моисеева А.В.**

## **ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКОВОГО СОЗНАНИЯ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ<sup>1</sup>**

*Башкирский государственный университет,  
Россия, Уфа, mo\_link@mail.ru*

*Аннотация.* В статье анализируются результаты психолингвистического эксперимента по методу А.И. Новикова на примере комментариев аккаунта популярной социальной сети Инстаграм. Индивидуальные реакции реципиентов, являясь инструментом исследования языкового сознания, позволяют описать характерные особенности, присущие коммуникации в виртуальной среде. Приведенный количественный и качественный анализ типов реакций позволяет выделить наиболее частотные типы, характеризующие данный вид текста.

*Ключевые слова:* онлайн-коммуникация; психолингвистический эксперимент; встречный текст.

Поступила: 07.11.2021

Принята к печати: 24.01.2022

---

<sup>1</sup> © Моисеева А.А., 2022

**Moiseeva A.V.**  
**Psycholinguistic experiment as a means of  
linguistic consciousness research  
in the online communication<sup>1</sup>**

*Bashkir State University, Russia, Ufa,  
mo\_link@mail.ru*

*Abstract.* The article analyzes the results of a psycholinguistic experiment by the method of A.I. Novikov using the comments of the account of the popular social network Instagram. The individual reactions of recipients, being a tool for the study of linguistic consciousness, make it possible to describe the characteristic features inherent in virtual reality communication. The given quantitative and qualitative analysis of the types of reactions makes it possible to identify the most frequent types that characterize this type of text.

*Keywords:* online communication; psycholinguistic experiment; counter text.

Received: 07.11.2021

Accepted: 24.01.2022

## **Введение**

Еще десять лет назад онлайн-общение служило, скорее, для развлечения и для поиска нужной информации. На сегодняшний день жесткие условия пандемии, вызванные стремительным распространением коронавирусной инфекции, практически вынудили перенести большую часть коммуникации из реальной жизни в онлайн.

Виртуальное общение стало неотъемлемой частью жизни людей во всех сферах – физической, материальной, социальной, духовной. Вся сфера развлечений перешла в онлайн – театры и выставочные центры стали транслировать постановки через интернет-стримеры, концерты также транслировались онлайн. Закрытие ресторанов и кафе привело к тому, что население стало активно пользоваться доставкой продовольственных товаров. Ограничения, касающиеся доступности сетевых маркетов и торговых центров, также подтолкнули предпринимателей к необходимости оказания услуг по выбору и доставке товаров онлайн. В то время

---

<sup>1</sup> © Moiseeva A.V., 2022

как взрослое население было вынуждено начать работать онлайн, школьники и студенты перешли на онлайн-обучение – более 90% всех учащихся согласно данным сайта Вести.ру (<https://www.vedomosti.ru>).

Если в 2016 г. в России доля пользователей сети Интернет составляла 70,4% (84 млн. человек) по данным сайта Tadvise.ru (<https://www.tadvise.ru>), то в январе 2021 г. количество увеличилось на 40 млн. – по данным сайта WebCанаре в России насчитывалось 124 млн. (из 145 млн. населения) пользователей [Сергеева]. Можно предположить, что за текущий год процент увеличился, хотя статистические данные пока отсутствуют.

### **Характеристика онлайн-коммуникации**

Несмотря на то, что онлайн-общение на сегодняшний день практически заменило живую коммуникацию, оно все же имеет свои характерные особенности, которые нельзя не принять во внимание.

Перечислим особенности онлайн-коммуникации, связанные с участниками:

- отсутствие единого центра, отсутствие четких позиций коммуникатора и реципиента, т.е. смена ролей происходит очень быстро, что позволяет информации распространяться равномерно;
- разнообразие личностных характеристик участников, обладающих разными потребностями, целями, разным жизненным опытом, живущих в разных странах и говорящих на разных языках, что усложняет сам процесс общения;
- анонимность – участники могут иметь минимальную информацию друг о друге либо обладать только той информацией, которую мы готовы ему предоставить, причем он не имеет возможности получить ее самостоятельно;
- маскировка – участник коммуникации, исходя из своих целей, представляет себя не той личностью, которой является на самом деле. Он может сменить пол, возраст, место жительства и любые другие данные, т.е. процесс коммуникации является непредсказуемым и неопределенным.

Особенности, связанные с сообщением:

- отсутствие последовательности – обмен сообщениями с одним участником быстро сменяется общением с другим, т.е. структура процесса нарушена, коммуникация прерывистая;

- появление своего метаязыка – рождаются новые слова, выражения, известные участникам, но неизвестные новым людям, вступающим в процесс коммуникации, что облегчает общение между давними партнерами, но одновременно затрудняет его для новых участников;

- большой объем вербальной информации о партнере и в то же время отсутствие невербальной информации об участниках коммуникации (мимика, движения, голос) – тех характеристик, которые дают большую часть информации о партнере. Нехватка характеристик, с помощью которых передаются эмоции, отношение к сказанному или воспринимаемому восполняется дополнительными изобразительными средствами – эмоджиками.

В передаче информации важную роль играют: 1) скорость коммуникации – за короткий промежуток времени большой объем информации доходит до адресата независимо от географического расположения коммуникантов; 2) завершение коммуникации – процесс общения можно легко прервать, выйдя из интернет-ресурса, не используя специальных фраз речевого этикета, причем собеседник не может никак этому воспрепятствовать; 3) отложенная коммуникация – онлайн-коммуникация позволяет нам вступать в общение только, когда есть желание, настроение, но и собеседник общается с нами точно на таких же условиях; 4) возврат к переписке – возможность пересмотреть сообщения, открыть заново те моменты, которые раньше (при первом контакте) были упущены. Следует отметить, что текстовое общение смещает область зоны комфорта от живого общения в сторону переписки. Это обратная сторона глобализации, при которой люди, родившиеся в конце XX в. и ранее, чувствуют себя комфортно как при живом общении, так и онлайн, тогда как среди людей, родившихся в начале XXI в., все чаще встречаются так называемые «текстроверты» – люди, которые чувствуют себя комфортнее при общении через мессенджеры, а не вживую.

Таким образом, онлайн-коммуникация позволяет тщательно вчитаться в сообщения, пообщаться с большим количеством разных людей, в то же время специфика данного вида коммуникации

обуславливает тот факт, что мы получаем меньше информации об индивидуальности человека, с которым вступаем в контакт, либо эта информация может не соответствовать действительности. Поэтому наряду с новыми возможностями онлайн-коммуникация несет для человечества определенные психологические риски.

Несмотря на все плюсы и минусы глобальной компьютеризации, она остается неотъемлемой частью современного информационного общества, а социальные сети становятся первостепенным каналом связи, инструментом, способствующим поиску и получению необходимой информации. Сайт [gia.ru](http://gia.ru) приводит данные ВЦИОМ на 6 июля 2021 г., согласно которым наиболее популярными на территории России социальными сетями являются ВКонтакте (48%), Инстаграм (39%) и YouTube (34%) [ВЦИОМ назвал ...]. Причем молодое поколение отдает предпочтение сети Инстаграм, тогда как люди постарше в основном используют платформу ВКонтакте. По данным сайта [affde.com](https://www.affde.com/ru/instagram-stats.html) (<https://www.affde.com/ru/instagram-stats.html>) Инстаграм ежедневно посещают более 500 млн. человек, из них 48% мужчин и 52% женщин. 47% миллениалов используют приложение для обмена сообщениями Инстаграм, что делает его вторым по популярности приложением для обмена сообщениями Snapchat, Facebook по-прежнему остается первым. Актуальность исследования сети Инстаграм как объекта психолингвистического изучения, на наш взгляд, лежит в масштабности ее функционала: огромное количество пользователей подразумевает большой охват, что, в свою очередь, ведет к растущему воздействию потенциалу данного ресурса на функционирование общества и отражение социальной действительности в сознании пользователей.

### **Психолингвистический анализ реакций**

Из всех функций названной социальной сети главной по-прежнему остается коммуникативная. Коммуникация, по словам А.А. Леонтьева, направлена на демонстрацию нашего индивидуального образа мира и одновременно на внесение важной, на наш взгляд, информации в образ мира нашего визави [Леонтьев, 1999, с. 272].

Средством отражения сознания индивидуума в реальности является язык, во время применения языка проявляется определенная стратегия ориентации в мире, схема поведения человека. То, как личность воспринимает окружающую действительность, принципы, согласно которым она функционирует в реальности, а также познает эту реальность, – все это находит отражение в языке индивидуума.

В нашей статье для изучения языкового сознания применяется метод построения «встречного текста» А.И. Новикова. Данный метод заключается в построении собственного текста при восприятии информации, в ходе чего возможно проследить процесс смыслообразования в сознании реципиента, а также функционирование индивидуальных структур, возникающих в процессе понимания текста [Новиков, 2003]. Индивидуальные реакции реципиентов, являясь инструментом исследования языкового сознания, представляют собой «возможность репрезентации процесса осмысления и интерпретации сообщаемого в доступной для экспериментатора форме» [Пешкова, 2015, с. 15].

В качестве материала для эксперимента были использованы посты из популярного аккаунта [klaranabadze \(instagram.com/klaranabadze\)](https://www.instagram.com/klaranabadze), посвященного новостям общественной, культурной и политической жизни нашей страны, а также событиям за рубежом и жизни иностранных звезд шоу-бизнеса. Далее анализировались комментарии пользователей, подписанных на данный аккаунт, которые рассматривались в качестве реакций на предложения-стимулы. Характер общения в социальной сети Инстаграм подразумевает комментирование как самого поста автора аккаунта, так и ответов пользователей такими же пользователями. Таким образом, происходит диалог, беседа среди подписчиков аккаунта (курсивом обозначен текст поста; под цифрами идут первые комментарии; знаком «—» обозначены комментарии других пользователей в ответ на первый комментарий).

*Прорывное лекарство: Великобритания первая в мире зарегистрировала таблетки от COVID-19.* В статье описываются результаты экспериментов, проведенных британскими учеными, в результате которых был зарегистрирован препарат молнупиравир. Данное лекарство, по словам его разработчиков, способно нарушить генетический код COVID-19 и помешать ему распространиться по

организму. Некоторые исследователи обратили внимание на то, что если препарат вредит вирусу, вмешиваясь в его генетический код, то, следовательно, может вызвать мутацию у человека. На данный пост было размещено 769 комментариев. Вот некоторые примеры (орфография и пунктуация авторов сохранены):

**(1) Да просто чипы засунули, инфа сотка)**

– ой да не проблема шапку из фольги одену и съем пилюлю в случае болезни (смайл «смеется»).

**(2) Ну блокнот конечно самый авторитетный источник**

– Это действительно так и есть на форбс щас прочитала про него;

– тоже смотрела по науке.

**(3) Хмммм... британские ученые говорите?** (смайл «смеется»)

**(4) а че имбирь уже не помогает?**

– главное, что б по 4к за кг, тогда поможет (смайл «смеется»);

– по последним данным помогает только чеснок. 15 головок с утра на тощак ипануть и на сутки корона не страшна. И люди не страшны. Даже летучие мыши стороной облетать будут (смайл «смеется»);

– имбирь, банка витамина Д, две банки вит С и 5 банок цинка (смайл «смеется»);

– и конистру коньяка;

– имбирь в том году отменили уже;

– папа говорит надо шишки на спирту настаивать тогда не заболеешь (смайл «смеется»);

– скорее дело в спирте а не в шишках (смайл «смеется»);

– папа дело говорит, пора запускать в производство, составим конкуренцию Британцам (смайл «кулак», «огонь»!!!

– а как же подорожник? (смайл «плачет»).

**(5) интересно, если это были бы российские ученые, люди так же радовались бы? или началось бы «отрава, наши них\*\*\*я не умеют, не доверяю, а потом все станут бесплодными, знакомый знакомого умер от первой таблетки...» ну как с вакциной, я думаю вы поняли))**

– это же другое. Ученые не наши, эти сразу все проверенное и изученное изобретают (смайл «смеется»);

– а ничего удивительного. Народ не доверяет государству не доверяет медицине;

– девы у меня бесплодие седьмой год, я когда делала вакцину все мои родственники очень переживали, что из-за нее теперь вообще не рожу (смайл «смеется») а я им сказала «если у здоровых вызывает бесплодие, возможно у меня сработает наоборот» (три смайла «смеется»);

– у меня из привитых знакомых 2 уже забеременели;

– да, так и есть. Все равно «Ани сделаны на Каленке, нас хотят убить, я подорву свой иммунитет, их эффективность не доказана»;

– да да, еще мое любимое «я лучше сто раз переболею в легкой форме, чем буду колоть «жигу». Ой, ли?

– у меня такая оказалась подруга. Я думала, что она нормальная (смайл «смеется»). Но я сделала первую дозу вакцины, а она мне, что фуууууу, овценация...

– колбасу за 300 рублей есть не боятся, не вредно, а вакцина – вредно));

– ну наши тоже пытаются какую то херабору на людях тестировать. Я как заболела – мне 6 пачек вручили, но я не пила. Там побочек э\*\*\*нутья можно;

– все что наше – отравя/вредно/убьет и тд. А если платно/дорого/зарубежно, то самое лучшее конечно! Грустно.....

По нашему мнению, отметку «нравится» следует считать своего рода комментарием, т.к. это реакция согласия с мнением автора. А.И. Новиков описал такую реакцию, как констатация – т.е. «согласие с тем, что сказано в предложении» [Новиков, 2003, с. 64].

Реакции на пост-стимул могут быть представлены в виде утверждений – согласия с позицией автора, немотивированных обобщений, замещений смысла, положительных и отрицательных оценочных высказываний, информации личного характера (такой тип реакции мы обозначили как «отсылка к личному опыту» [Моисеева, 2017, с. 155]), а также ироничных замечаний.

Вслед за автором методики мы рассматриваем индивидуальный набор реакций в качестве индивидуальной стратегии понимания текста. В результате эксперимента анализу подверглись 769 «встречных текстов» (по количеству комментариев на 05.11.2021).

Актуальность обсуждаемой темы (коронавирус) обуславливает высокий процент оценочных реакций, а именно – «имплицитную оценку положительного характера», «имплицитную оценку негативного характера», «оценочное мнение», «оценку с элементами иронии», определения которым мы дали в предыдущих работах [Моисеева, 2017, с. 156–157].

Остановимся на них подробнее:

1) оценка, согласно определению А.И. Новикова, это «реакция, связанная с оценкой того, что сказано в предложении» [Новиков, 2003, с. 68] (в квадратных скобках курсивом даны типы реакций):

– *Здорово* (смайл «аплодисменты»). *Надеюсь они действительно эффективны* – [**оценка + прогноз**];

– *Урааа* (смайл «аплодисменты») *только нам его вряд ли завезут* (смайл плачет) – [**оценка + прогноз**];

– *Алллуйя* (смайл «аплодисменты») *и чипировать никого не будут* (смайл смеется) – [**оценка + прогноз**];

– *У нас есть препарат – фавипиравир но в применении очень тяжелый для организма! Может английский препарат не будет такой токсичный? Ну все равно – хорошая новость!* (смайл «ура») – [**оценочное мнение + предположение + оценка**].

Следует отметить, что чистого типа реакции оценки, по классификации А.И. Новикова, не нашлось. Все реакции представляют собой «компликативный тип, согласно терминологии И.В. Кирсановой, представляющий собой комбинацию двух и более типов реакций [Кирсанова, 2007].

2) «оценочное мнение» – высказывание, содержащее личностное отношение к описываемому в предложении-стимуле [Моисеева, 2017, с. 156]:

– *И на фоне этой новости надо сразу наших зас\*\*\*ать. Пофиг за что, главное зас\*\*\*ать;*

– *Не верят в неправоверенную вакцину, но в неправоверенные таблетки поверят...*

3) «ироничная оценка» – отрицательное или положительное отношение к высказыванию с элементами иронии [Моисеева, 2017, с. 157]:

– *А как же «побочка», «чипирование», «понос»? (два смайла «смеется»);*

– *Спутник колоть плохо не исследовано так быстро ничего не делают (смайл «смеется») таблетки от короны из Великобритании – все гуд (смайл «смеется») логика просто огонь (смайл «смеется»);*

– *А че никто не орет «должно пройти 6 лет. Клинические испытания еще не закончены. Как то быстро сделали на коленке. Чипы. Озвучьте сколько людей умерло после приема!»?? (смайл «задумчивое лицо»).*

4) «имплицитная оценка негативного характера» – скрытое негативное оценивание сказанного [Моисеева, 2017, с. 157]:

– *Сейчас в драку брать будут (смайл «смеется») в очередях ночевать. По бешеной цене покупать. Потому что «заморская» таблетка она чудесная! И изучена хорошо и побочных нет. И вообще просто золото;*

– *Ну ща-то мы все точно вылечимся шмурдяк отменяется, девочки (смайл «смеется»).*

5) «имплицитная оценка позитивного характера» – неявное, скрытое согласие с предложением-стимулом [Моисеева, 2017, с. 157]:

– *Высылайте мне, у меня сегодня первый день, до уср\*\*\*\*ки боюсь осложнений;*

– *Если в России придумают таблетку, я тоже ее выпью. Лишь бы она лечила;*

– *Вот бы скорее вошло в продажу (смайл «плачет»).*

В процентном соотношении данные реакции составляют: оценка – 3,8%, оценочное мнение – 7%, имплицитная оценка позитивного характера – 2,7%, имплицитная оценка негативного характера – 26,1%, ироничная оценка – 13%.

При рассмотрении доли оценочных реакций нельзя не упомянуть высокий процент графической оценки [Титлова, 2018]. Каждый второй комментарий сопровождается эмодиконом, причем «смеющийся до слез» смайл является наиболее частотным – описание графических образов взяты с сайта Смайлики эмодзи (<https://emojio.ru/smileys-people/d83dde4c-1f64c-ura.html>).

Следует отметить, что следующие типы реакций, выделенные А.И. Новиковым, не были обнаружены в комментариях либо их употребление носит единичный характер: констатация, пере-

фразирование, вывод, свободный ответ, ассоциация, визуализация, инфиксация, интертекст [Новиков, 2003].

Рассмотрим типы реакций, полученные на размещенный пост-стимул.

1. Оценка (52,6%). Потребность оценивать все явления действительности, встречающиеся на пути человека, является неотъемлемой частью человеческой природы. Большая часть пользователей данного ресурса – женщины, эмоциональные по своей натуре, в непростой ситуации, связанной с непонятной и от этого страшной болезнью, становятся все более неустойчивы психически и эмоционально. Человеку, чтобы справиться со стрессом и напряжением, необходимо общение с единомышленниками – этим объясняется многочисленность комментариев участниц. Высказать свое мнение и дать оценку происходящему, получить одобрение и поддержку, выплеснуть негатив, поругаться, отстаивая свое не всегда правильное мнение, – вот основные мотивы, заставляющие женщин делиться комментариями.

Напомним, что реакция оценки встречается в комбинации с другими типами, а не в чистом виде. Приведем примеры:

– *Мне страшно становится когда люди пишут что вакцину ставить бояться, а таблетки пьют. То есть разницы вообще не видят (смайл «смеется») таблетки выходят из организма, это лечение, а вакцина укол, в ДНК встраивается и сидит там [оценочное мнение + вывод + перифразирование];*

– *Жрать была готова го\*\*\*но, только бы выжить. Страшно п\*здец. И страшно, что народ тупой вокруг [отсылка к личному опыту + оценка + оценочное мнение];*

– *То есть, если это создали наши, все бы хором орали: нас травят! (смайл «смеется») А раз иностранцы, то норм [предположение + ироничная оценка];*

– *Где рассказы про то что не исследовано, нет данных, 100 лет не прошло? А! Это же Великобритания. Это другое [ориентировка + ироничная оценка].*

2. Отсылка к личному опыту (15,8%) [Моисеева, 2017, с. 155]. Данная реакция выражается в виде комментария, описывающего опыт, случай из своей жизни либо предоставляющего информацию о себе:

– *папа говорит надо шишки на спирту настаивать тогда не заболешь (смайл «смеется»);*

– *у меня из привитых знакомых 2 уже забеременели;*

– *девы у меня бесплодие седьмой год, я когда делала вакцину все мои родственники очень переживали, что из-за нее теперь вообще не рожу (смайл «смеется») а я им сказала «если у здоровых вызывает бесплодие, возможно у меня сработает наоборот» (три смайла «смеется»).*

Учитывая историю мировой двухлетней борьбы с коронавирусом, многие люди успели столкнуться лично с данной бедой, переболели сами, либо видя, как болели близкие:

– *Мой муж и ребенок, которому 2,3, к сожалению, переболели недавно ковидом...*

– *У меня мама сделала первую дозу вакцины и заболела через несколько дней но перенесла тоже сравнительно легко;*

– *Я болела год назад, у меня такие проблемы с зубами, что денег на решение этих проблем уже нет...(смайл «плачет»).*

3. Ориентировка (12,4%). Данный вид реакции представляет собой вопрос. Как известно, люди задают вопросы, когда не хватает информации, присутствует желание уточнить. Базовая потребность человека – быть уверенным в завтрашнем дне – не может быть удовлетворена в условиях всемирной пандемии, когда человечество столкнулось с неизвестной болезнью. Возникает желание узнать о способах лечения, о течении болезни, но даже медицина пока не в силах помочь, о чем свидетельствуют постоянные испытания вакцин и препаратов против коронавируса. Прокрастинация в вопросе безопасности жизни и будущего своих близких порождает сильнейший стресс и ведет к панике и срывам. В таких условиях люди могут строить предположения (о чем свидетельствует наличие реакции «предположение» в контртекстах реципиентов) и задавать вопросы в попытке справиться с давлением стресса:

– *То есть вакцина – плохо, а таблетки даже состав узнать не будете? Даже побочки не спросите?*

– *Что делать если после короны волосы капец как выпадают? Я сейчас за час недельную норму собрала;*

– *Уже давно найден ивермектин. Почему об этом никто не знает?*

– *А где там наши с каплями?*

- А где написано что она влияет на ДНК человека?
- Только чем таблетка отличатся будет от прививки?
- А наш короновир – это что тогда?
- Интересно будет ли доступен для обычных граждан?

4. Прогноз (10,6%). По классификации А.И. Новикова прогноз – это предположение о будущем. Наличие данной реакции среди ответов также отражает попытку сделать реальность и будущее более определенными в мире неопределенности, окружающем нас сейчас, это своеобразный защитный механизм нашей психики:

- Ну у нас это запретят;
- Они будут стоить 100500 млн долларов и ввоз в Россию запретят;
- Надеюсь теперь массово прививаться не будут заставлять;
- От 12 тр стоить будет... Как короновир в свое время...  
– которую будут бесплатно всем раздавать, а мы будем говорить что нас отравить хотят [**прогноз + ироничная оценка**];  
– стоить будут как подъемный кран.

5. Перевод (3,3%). Данная реакция заключается в выражении смысла сообщения, но с добавлением своих смыслов, подменой или опущением исходного смысла:

– Вообще-то, разрабатывая болезнь, одновременно создают и лекарство. Сами-то разработчики под раздачу попасть не хотят. Просто, чтобы его жаждали, надо дать время всем поболеть... глаза откройте;

– Где то мы это слышали, я честно хз где (смайл «смеется») что-то из заговорческого – что они создадут эпидемию и будут продавать вам же лекарство от этих хворей));

– Ну так Британия уже в августе одобрила швейцарский Ронапрев;

- Вот бы от рака тоже нашли таблетку...
- Пффф, таблетки, тоже мне! Наши узбеки выращивают вакцины- помидоры (огонь) съел помидор, получил антитела);
- Антитаблеточки вошли в чат с антипрививочниками под ручку))).

6. Предположение (4,2%). К данной реакции относятся высказывания, содержащие гипотезы о произошедших событиях и их возможных причинах:

- *Может это витаминки какие то просто;*
- *Выборка людей уже очень большая, возможно действенное лекарство;*
- *Скорее всего на продажу старались поэтому так быстро.*

7. Генерализация (1,1%). Данный тип реакции представляет собой обобщение, сводящее смысл сказанного к общему, примитивному, абстрактному высказыванию:

– *все что публикует блокнотраша, какая то невероятная ересь (смайл «смеется») что употребляют одним единорогам известно;*

– *Везде ищут лекарство а у нас лишь бы впарить всем неизвестную прививку;*

– *у нас вся хорошая фарма это все еще советские разработки, а то что сейчас это все фуфломицин;*

– *сейчас на любое новое лекарство надеются, потом выяснят что опять не помогает, только производитель нажился;*

– *у них то точно лекарства лучшие будут там очень строго в плане лекарств, никакой блат не поможет если что не так с составом;*

– *бизнес и ничего больше.*

Генерализация – это процесс отсеивания элементов, которые не входят в картину ценностей индивидуума и выделение тех частных, к которым он привык. Как видно из примеров, реципиенты не доверяют фармакологической промышленности нашей страны, считая, что ее продукция не соответствует стандартам качества и не способна лечить, в то же время, выражая доверие к препаратам, произведенным в других странах.

## **Заключение**

Таким образом, определенный набор типов реакций отражает общую картину настроений людей – недоверие к отечественной медицине, непонимание и, следовательно, неуверенность в завтрашнем дне: *мне страшно, страшно п\*\*\*здец, нас травят, они будут стоить 100500 млн долларов.* Можно предположить,

что отсутствие в поле реакций таких видов, как «аргументация», «вывод», говорит о том, что логические операции отходят на второй план, когда речь идет о не совсем понятной угрозе здоровью – пока нет общепризнанного, действенного способа лечения и дальнейших четких этапов преодоления болезни, люди пребывают в стрессовом и опасном психическом состоянии.

### Список литературы

- ВЦИОМ назвал самые популярные соцсети в России // РИА Новости. – 2021. – URL: <https://ria.ru/20210706/sotsseti-1740025260.html>
- Интернет-доступ. Рынок России и СНГ // Tadviser. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF\\_\(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\\_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8\)#.D0.9E.D0.BC.D0.BD.D0.B8.D0.B1.D1.83.D1.81\\_GfK\\_Rus\\_2](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF_(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8)#.D0.9E.D0.BC.D0.BD.D0.B8.D0.B1.D1.83.D1.81_GfK_Rus_2)
- Кирсанова И.В. Многозначность семантики текста как реализация индивидуальных стратегий понимания : дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2007. – 192 с.
- Кронштадтская Д. Вирусные изменения : как пандемия приблизила неизбежное будущее. – 2020. – URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/07/30/835117-virusnie-izmeneniya>
- Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – Москва : Смысл, 1999. – 287 с.
- Моисеева А.В. Исследование психолингвистических особенностей восприятия и понимания текста глянцевого журнала : дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2017. – 242 с.
- Новиков А.И. Текст и «контртекст» : две стороны процесса понимания // Вопросы психолингвистики. Текст : восприятие, понимание, интерпретация. – 2003. – № 1. – С. 64–76.
- Сергеева Ю. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/>
- Смайлики эмодзи. – URL: <https://emoji.ru/smileys-people/d83dde4c-1f64c-ura.html>
- Статистика Instagram – 2021 год – цифры сокращаются. – URL: <https://www.affde.com/ru/instagram-stats.html>
- Тутлова А.С. Микроблог как вид интернет-текста : аспект понимания : дис ... канд. филол. наук. – Уфа, 2018. – 232 с.

## References

- VCIOM nazval samye populjarnye socseti v Rossii. (2021). Retrieved from <https://ria.ru/20210706/sotsseti-1740025260.html>
- Internet-dostup. Rynok Rossii i SNG. (2021). Retrieved from [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF\\_\(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\\_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8\)#.D0.9E.D0.BC.D0.BD.D0.B8.D0.B1.D1.83.D1.81\\_GfK\\_Rus\\_2](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF_(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8)#.D0.9E.D0.BC.D0.BD.D0.B8.D0.B1.D1.83.D1.81_GfK_Rus_2)
- Kirsanova, I.V. (2007). *Mnogoznachnost' semantiki teksta kak realizacija individual'nyh strategij ponimaniya* (Doctoral dissertation). Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19188671>
- Kronshtadtskaja, D. (2020, July 30). *Virusnye izmeneniya: kak pandemija priblizila neizbezhnoe budushhee*. Retrieved from <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/07/30/835117-virusnie-izmeneniya>
- Leont'ev, A.A. (1999). *Osnovy psiholingvistiki*. Moscow: Smysl.
- Moiseeva, A.V. (2017). *Issledovanie psiholingvisticheskikh osobennostej vosprijatija i ponimaniya teksta gljancevogo zhurnala* (Unpublished doctoral dissertation). Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32266695>
- Novikov, A.I. (2004). Tekst i kontrtekst: dve storony processa ponimaniya. *Voprosy psiholingvistiki*, 1, 64–70.
- Sergeeva, Ju. (2021). *Internet i socseti v Rossii v 2021 godu – vsja statistika*. Retrieved from: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/>
- Smajliki jemodzi. (n.d.). Retrieved from: <https://emoji.ru/smileys-people/d83dde4c-1f64c-ura.html>
- Statistika Instagram – 2021 god – cifry sokrashhajutsja. (2021). Retrieved from: <https://www.affde.com/ru/instagram-stats.html>
- Titlova, A.S. (2018). *Mikroblog kak vid internet-teksta: aspekt ponimaniya* (Unpublished doctoral dissertation). Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=34931246>
- Instagram. (n.d.). Retrieved from: [https://www.instagram.com/p/CV5yRMFqAgc/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CV5yRMFqAgc/?utm_medium=copy_link)