

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/379662>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Лингвистика на русском языке

Введение 3

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЭМОЦИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ 8

1.1. Определение "эмоции" в лингвистике и их функции в языке 8

1.2. Лингвистические средства передачи эмоций в языке 12

Выводы по первой главе 16

ГЛАВА II. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ СПОСОБОВ ПЕРЕДАЧИ ЭМОЦИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ 18

2.1. Роль и место эмоций в языке общения в социальных сетях 18

2.2. Передача эмоций в социальных сетях с помощью средств языка 22

Выводы по второй главе 27

Заключение 29

Список использованной литературы 31

Введение

Разрастающийся масштаб цифрового общения, олицетворением которого стали социальные медиаплатформы TikTok, привел к смене стереотипов в передаче эмоций с помощью языка. Данное изменение подчеркивает актуальность исследования лингвистических механизмов, используемых для передачи эмоциональных нюансов в этих виртуальных сферах. Исследование посвящено изучению лингвистических средств передачи эмоций в социальных сетях и проясняет сложную взаимосвязь между языком и эмоциями в контексте социальных сетей.

В основе исследования лежит изучение того, как эмоции, квинтэссенция человеческого опыта, формулируются и воспринимаются в лексиконе социальных сетей. Цифровая среда с ее уникальным лексиконом и синтаксисом представляет собой благодатную почву для изучения эволюции эмоционального выражения. Исследование посвящено теоретическим основам эмоционального выражения в английском языке, препарированию лингвистических устройств, в которых заключены эмоции, и распространению этого понимания на практическую сферу социальных сетей с акцентом на TikTok.

Проблематика исследования возникает из-за динамичной природы языка в цифровой коммуникации. Переходный лексикон, распространение интернет-сленга и идиосинкразический синтаксис дискурса социальных сетей бросают вызов традиционным лингвистическим парадигмам. Цель данного исследования – выяснить, как эти развивающиеся лингвистические инструменты используются для передачи спектра эмоций, от самых тонких до откровенно экспрессивных. Исследование опирается на всесторонний анализ лингвистических элементов – от просодии и интонации до лексического выбора и синтаксических структур – и их роли в эмоциональном гобелене онлайн-общения.

Данное исследование стремится преодолеть разрыв между традиционным пониманием эмоций в лингвистике и новыми выражениями эмоций, проявляющимися в цифровую эпоху. Результаты исследования могут внести значительный вклад в академический дискурс о языке и эмоциях, особенно в контексте постоянно развивающегося ландшафта социальных сетей.

Основное внимание в этом научном исследовании уделяется языковому выражению эмоций в социальных сетях, с особым акцентом на английском языке в контексте TikTok. Объектом данного исследования являются разнообразные языковые средства, используемые в этих цифровых средах для проявления эмоционального содержания. Предмет исследования, в частности, – сложные модальности, с помощью которых эмоции артикулируются и воспринимаются в лексиконе цифрового дискурса.

Целью данного исследования является прояснение симбиотической связи между языком и эмоциональным выражением в цифровой сфере, а также выяснение того, как эта связь развивается с появлением новых медиа. Исследование стремится распутать сложный гобелен передачи эмоций в онлайн-коммуникации, тем самым внося свой вклад в более широкую область социолингвистики и исследований цифровой коммуникации.

Для достижения поставленной цели в исследовании применяется многогранный подход, включающий в

себя следующие задачи: Во-первых, проведение всесторонней экзегезы теоретических основ, лежащих в основе концепции эмоций в лингвистике, с акцентом на их функциональные аспекты в языке. Исследование включает в себя пронизательное изучение огромного количества теоретических перспектив, которые лежат в основе нашего понимания эмоций в языковых выражениях. Во-вторых, в исследовании проводится глубокий анализ языковых средств и механизмов – таких как просодические особенности, лексический выбор и синтаксические структуры, – используемых для передачи эмоций в английском языке. В-третьих, исследование расширяет свою сферу до практического применения этих лингвистических инструментов в среде социальных сетей, в частности TikTok. Это включает в себя изучение уникальных языковых явлений, возникающих в этой цифровой экосистеме, таких как интернет-сленг, развивающийся лексикон и роль контекста в эмоциональном выражении.

Исследование призвано обеспечить всестороннее и тонкое понимание лингвистической передачи эмоций в цифровую эпоху, тем самым предлагая ценное понимание постоянно развивающейся динамики языка и эмоций в контексте социальных медиа.

Методологическая основа исследования опирается на эклектичную смесь источников, охватывающую широкий спектр перспектив и дисциплин, которые сходятся на пересечении лингвистики, психологии и исследований цифровых медиа. Многогранный подход позволяет глубоко исследовать лингвистические средства передачи эмоций в социальных сетях, уделяя особое внимание английскому языку, используемому в TikTok. основополагающая работа П. Экмана «Emotions Revealed» представляет собой ключевую психологическую основу для понимания проявления эмоций в человеческом взаимодействии, которая играет важную роль в деконструкции эмоциональных выражений в цифровом дискурсе. В дополнение к этому Р. Плутчик в своей работе «Психология и биология эмоций» предлагает фундаментальное понимание биологических основ эмоциональных реакций, что крайне важно для интерпретации цифровых выражений эмоций.

Работа Л.Ф. Барретта «Как создаются эмоции: Тайная жизнь мозга» углубляется в нейронаучные аспекты эмоций, предлагая понимание когнитивных процессов, лежащих в основе эмоциональной экспрессии, что очень важно для анализа того, как эмоции формулируются в структурированном, но изменчивом царстве социальных сетей.

Социолингвистическая перспектива обогащается работой Д. Келтнера и Дж. Хайдта «Социальные функции эмоций на четырех уровнях анализа», которая проясняет роль эмоций в социальных взаимодействиях, и эта концепция переносится на анализ взаимодействий в социальных сетях.

Далее в исследовании использованы идеи из работы Д. Деркса и др. «Эмотиконы» и интерпретация онлайн-сообщений», которая имеет ключевое значение для понимания роли цифровых символов в передаче эмоций, и работы Д. Таннена и А.М. Трестера «Дискурс 2.0: Язык и новые медиа», дающая современный взгляд на язык, используемый в новых медиа, особенно в социальных сетях.

На российском направлении работы Н.В. Андреевой «Любовь и смерть в социальных сетях» и И.В. Зорина «В социальных сетях» предлагают культурно нюансированный взгляд на выражение эмоций в цифровых пространствах. Работа А. Сенаторова «Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях» и Д. Цзена «Магия через социальные сети» дают практическое представление об использовании языка в цифровом маркетинге и его эмоциональном воздействии.

Дополнительным подспорьем для исследования служат работы Л. Гайдученко «Зеркало не виновато... Посты блоггера социальной сети» и Дж. Гитомера «Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать», предлагающие взгляды на личное и деловое общение в социальных сетях.

Данное исследование представляет собой синтез этих разнообразных источников, сплетая теоретические и практические нити для формирования комплексного понимания того, как эмоции лингвистически передаются в динамичном царстве социальных сетей, особенно в микрокосмосе TikTok.

Теоретическое и практическое значение этого исследования многогранно, оно соединяет эзотерические сферы лингвистики, социолингвистики и исследований цифровой коммуникации. С теоретической точки зрения, оно предлагает инновационную парадигму в понимании лингвистики эмоций, особенно в контексте социальных сетей. Исследование проясняет идиосинкразию эмоционального выражения в цифровой лексике и синтаксисе, тем самым расширяя корпус знаний в области социолингвистических исследований. Исследование лингвистических нюансов передачи эмоций на таких платформах, как TikTok, дает академически богатую перспективу слияния технологий, языка и человеческих эмоций.

С практической точки зрения, результаты этого исследования имеют значительные последствия для сферы цифровых коммуникаций, маркетинга в социальных сетях и онлайн-взаимодействия. Раскрывая тонкости эмоционального выражения в цифровом дискурсе, это исследование предлагает ценные идеи для

создателей контента, маркетологов и стратегов социальных сетей в использовании эмоционального резонанса языка. Исследование способствует разработке более эмпатичных и эффективных стратегий общения в цифровой среде, повышая качество онлайн-взаимодействия и способствуя более глубокому пониманию цифрового эмоционального интеллекта.

Данное исследование не только вносит вклад в академический дискурс, обеспечивая тонкое понимание взаимодействия языка и эмоций в цифровых контекстах, но и предлагает практические идеи для улучшения коммуникационных стратегий в постоянно развивающемся цифровом пространстве.

1. Андреева Н.В. Любовь и смерть в социальных сетях / Н.В. Андреева. – М.: Эксмо, 2020. – 517 с.
2. Андреева Наталья. Любовь и смерть в социальных сетях / Наталья Андреева. – М.: АВТОР, 2018. – 745 с.
3. Андреева Наталья. Любовь и смерть в социальных сетях. Наследник империи, или Выдержка / Наталья Андреева. – М.: Эксмо, 2020. – 576 с.
4. Артем Сенаторов. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях / Сенаторов Артем. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 131 с.
5. Аши Дзэн. Магия через социальные сети / Дзэн Аши. – М.: Издательские решения, 2019. – 274 с.
6. Гайдученко Любовь. Зеркало не виновато... Посты блоггера социальной сети, написанные на злобу дня / Любовь Гайдученко. – М.: Издательские решения, 2020. – 711 с.
7. Гитомер Д. Бизнес в социальных сетях / Д. Гитомер. – М.: Питер, 2018. – 500 с.
8. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать / Дж. Гитомер. – М.: Питер, 2020. – 192 с.
9. Годин Сет. Лидер есть в каждом. Племена в эпоху социальных сетей / Сет Годин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2020. – 192 с.
10. Занавеска в душ «Социальная сеть», 180x180 см. – Москва: Машиностроение, 2019. – 980 с.
11. Зорин И.В. В социальных сетях / И.В. Зорин. – М.: Издательство «Эксмо» ООО, 2019. – 352 с.
12. Зорин Иван. В социальных сетях / Иван Зорин. – М.: Эксмо, 2020. – 135 с.
13. Кабани Шама. SMM в стиле дзен. Стань гуру продвижения в социальных сетях и новых медиа! / Шама Кабани. – М.: Питер, 2018. – 240 с.
14. Ковалькова Юлия. @социальные сети / Юлия Кова(ль)кова. – М.: Издательские решения, 2018. – 371 с.
15. Крис Броган. Google + для бизнеса. Как социальная сеть Google меняет вас и ваш бизнес / Броган Крис. – М.: Книжный дом «Университет» (КДУ), 2019. – 661 с.
16. Мельников Илья. Как сделать ваш продукт Super брендом в социальных сетях / Илья Мельников. – Москва: РГГУ, 2020. – 458 с.
17. Молодов Владимир. Жми на деньги! Активные продажи в социальных сетях / Владимир Молодов. – М.: Питер, 2018. – 591 с.
18. Новикова Светлана. Блоги и социальные сети как пространство политических коммуникаций / Светлана Новикова. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. – 124 с.
19. Сенаторов Артем. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях / Артем Сенаторов. – М.: Альпина Диджитал, 2018. – 992 с.
20. Слугина Нина. Активные пользователи социальных сетей Интернета / Нина Слугина. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. – 108 с.
21. Сорокина Е. В. социальных сетях. Twitter – 140 символов самовыражения / Е. Сорокина, Ю. Федотченко, К. Чабаненко. – М.: Питер, 2018. – 144 с.
22. Сорокина Е.В. В социальных сетях. Twitter. 140 символов самовыражения / Е.В. Сорокина. – М.: Питер, 2020. – 584 с.
23. Топюк Анна. Влияние социальных сетей на морально-нравственные качества молодежи / Анна Топюк. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018. – 705 с.
24. Федотченко Юлия. В социальных сетях. Twitter – 140 символов самовыражения / Юлия Федотченко. – М.: Питер, 2019. – 395 с.
25. Филиппов П. Б. Использование и защита персональных данных в социальных сетях Интернета / П.Б. Филиппов. – М.: Синергия, 2018. – 653 с.
26. Barrett Lisa Feldman. How Emotions are Made: The Secret Life of the Brain. 2017. 448 p.
27. Derks Daantje et al. Emoticons and Online Message Interpretation. 2007. 20 p.
28. Ekman Paul. Emotions Revealed: Recognizing Faces and Feelings to Improve Communication and Emotional Life. 2003. 288 p.
29. Keltner Dacher, Haidt Jonathan. Social Functions of Emotions at Four Levels of Analysis. 1999. 30 p.

30. Plutchik Robert. The Psychology and Biology of Emotion. 1994. 448 p.

31. Tannen Deborah, Trester Anna Marie. Discourse 2.0: Language and New Media. 2013. 300 p.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/379662>