

УДК 159.9.07

ДИСКУРС СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: ИНТЕНЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД¹

© 2023 г. Н. Д. Павлова*, В. А. Афиногенова**, Т. А. Гребенщикова***

ФГБУН Институт психологии РАН;

129366, г. Москва, ул. Ярославская, д. 13, корп. 1, Россия.

*Доктор психологических наук, заведующая лабораторией психологии речи и психолингвистики.

E-mail: pavlovand@ipran.ru

**Кандидат психологических наук, научный сотрудник лаборатории психологии речи и психолингвистики.

E-mail: afinogenovava@ipran.ru

***Кандидат психологических наук, старший научный сотрудник лаборатории психологии речи и психолингвистики.

E-mail: grebenscikovata@ipran.ru

Поступила 18.08.2022

Аннотация. Социальные медиа представляют новую реальность современного общества и выступают площадкой онлайн-коммуникации миллионов людей. Здесь происходит осмысление актуальных событий, формируются и изменяются позиции субъектов общения, осуществляется воздействие. В этой связи особую актуальность приобретает определение интенциональных характеристик сетевого дискурса, связанных как с мотивационными и перцептивно-когнитивными процессами, так и с практической деятельностью коммуникантов. Подход, реализованный в настоящем исследовании, направлен на характеристику интенционального пространства дискурса социальных медиа и выявление дискурсивных маркеров актуальных намерений интернет-пользователей, пригодных для их объективной оценки. Материалом исследования послужили 46 сообщений различной тематики и их обсуждение (1835 комментариев) на различных интернет-площадках в период 2015–2022 гг. Для оценки психологического содержания речи использовался метод интен-анализа, который позволяет определять намерения коммуникантов, сопряженные с текущим взаимодействием и коммуникативными тактиками. Описана 51 категория интенций (4947 реализаций), среди которых вне зависимости от тематики дискурса преобладают негативные интенции высокой интенсивности, что указывает на выраженную негативную оценочность и потенциальную конфликтность. Дискурс социальных медиа характеризует также широкая представленность нейтральных интенций, связанных с обменом мнениями и анализом ситуации. Обнаружены контекстно обусловленные маркеры намерений коммуникантов: лексические, семантические, графические и пунктуационные. Некоторые маркеры специфичны для определенных интенций, другие реализуются при актуализации ряда интенций, что сопряжено с разнообразием средств выражения и многозначностью слов.

Ключевые слова: дискурс социальных медиа, сетевые дискуссии, интен-анализ, интенциональное пространство дискурса, речевые намерения (интенции) субъектов общения, маркеры речевых намерений.

DOI: 10.31857/S020595920024354-5

Влияние выраженных в интернете оценок и мнений на политическую и социальную жизнь обуславливает значимость дискуссий в социальных медиа, представляющих новую реальность современного общества. В условиях усиливающейся включенности людей в онлайн-коммуникацию в центре внимания оказываются отражение в сети злободневных событий, их осмысление и конструирование.

Исследователей интересует поведение пользователей социальных сетей, в том числе его агрессивные формы [5; 17; 22], формирование правил ведения дискуссий [13; 15], мотивация коммуникативной активности и ее гендерные особенности [4; 14]. Большой массив данных, содержащий важные индикаторы психологического состояния пользователей, получен при изучении постсобытийного дискурса, в особенности беспрецедентных по масштабу сетевых обсуждений в период пандемии COVID-19 [3; 10; 11; 21]. Для изучения сетевого

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФ, грант № 22-28-01511.

контента широко привлекаются технологии автоматического анализа, позволяющие выявить эмоциональное отношение к актуальным вопросам, динамику интернет-комментирования и пр. [20; 23].

Поскольку в онлайн-коммуникацию ежедневно включаются миллионы людей с их целями, желаниями, нуждами, растущую актуальность приобретает определение интенциональных характеристик дискурса, неразрывно связанных как с мотивационными и перцептивно-когнитивными процессами, так и с практической деятельностью пользователей. Многие исследователи отмечают негативную оценочность социальных медиа и их потенциальную конфликтность [3; 5; 17; 19; 23]. Важно понять, каковы природа и коммуникативное назначение негативных оценок. Имеющиеся данные указывают на преобладание воздействия над взвешенностью и объективным анализом, преимущественное использование стратегий самопрезентации, антагонизма в отношении чужой позиции, доминирования [13; 16]. За счет каких интенций субъектов общения формируется негативная асимметрия оценок? Только ли сосредоточенность на общении между собой, характерная для социальных медиа [11; 19; 21], определяет интенции негативной оценочности и дистанцирования? *Интенциональный подход*, с позиций которого интенции коммуникантов составляют психологическую основу дискурса, необходим для решения вопросов формирования оценок, уяснения механизмов общения в интернете, создания новых инструментов изучения медийного контента.

Важно подчеркнуть, что в числе смысловых категорий понятие интенции занимает особое место. Речь традиционно исследовалась в рамках вопроса ее взаимосвязи с мышлением. То, что речь — это действие, служащее реализации коммуникативных задач, выражению желаний и нужд человека, упускалось из виду. Выделяя речевые намерения (*intention*), связанные с целями деятельности и “видением мира” субъекта, интенциональный подход раскрывает эту сторону речевого содержания — центральную в социальных медиа.

Весомый вклад в формирование интенционального подхода вносят теория речевых актов (Дж. Остин, Дж. Серль и др.) и связанные с ней исследования, которые ориентированы, однако, на изолированные высказывания и типовые намерения говорящих (обещание, просьбу). Как отдельные выражаемые в речи намерения соотносятся между собой? Каким образом они вплетаются в общий контекст разговора и структуру деятельности? Эти вопросы находятся в центре

внимания психологического подхода к изучению речевых интенций, получившего известность как *интент-анализ* [8]. Интент-анализ включает в рассмотрение коммуникативный и социокультурный контекст, увеличивает объем единиц анализа, что позволяет исследовать материалы естественной речевой коммуникации. Характеризуются не только типовые, но и другие интенции, которые воспринимаются партнерами и составляют психологическую реальность общения. Интенциональная модель интеракции, используемые конверсативные тактики, концептуализация интернет-коммуникации как полидискурсивной, аккумулирующей множество новых практик [2; 9; 10; 12], — эти и другие работы послужили развитию представлений об интенциональных основаниях дискурса и совершенствованию методических средств интент-анализа.

В том виде, в котором он к настоящему времени сложился, интент-анализ выступает экспертным методом изучения речевого содержания, имеющим контекстный характер и многоэтапную процедуру [8]. Опыт применения свидетельствует о больших возможностях данного метода в изучении организации дискурса с учетом ее действительной сложности. Вместе с тем анализ материала “вручную” экспертами-психолингвистами отличается трудоемкостью. Это ставит вопрос об объективной эмпирической оценке речевых намерений, что в перспективе может стать основой создания технологии их автоматического анализа.

Объективная оценка намерений коммуникантов, выражение которых может быть имплицитным, определяться порядком слов, конвенциями сферы общения и пр., предполагает использование набора дискурсивных маркеров, установленных для конкретного вида дискурса. Определение таких маркеров в дискурсе социальных медиа, где роль не прямых выражений к тому же снижена спонтанностью включения участников, направленностью на самовыражение, экспрессивностью, составило *цель проведенного исследования*.

Ставились следующие задачи:

1) на основе эмпирического изучения речевых намерений субъектов общения описать интенциональное пространство дискурса социальных медиа, выявив частотность трех групп интенций: негативных, нейтральных и позитивных, а также интенсивность наиболее представленной группы;

2) выявить дискурсивные маркеры, соответствующие реализуемым намерениям субъектов общения, и осуществить их психолингвистическую квалификацию.

Исследовательские гипотезы:

1) дискурс социальных медиа характеризует преимущественная выраженность интенций негативной направленности, среди которых преобладает блок дискредитации;

2) между интенциями и их дискурсивными проявлениями существуют неоднозначные связи: некоторые дискурсивные проявления характерны для одной категории интенций, другие — для нескольких, так что маркером интенции выступает специфическое сочетание дискурсивных проявлений.

МЕТОДИКА

Материал исследования. 46 сообщений различной тематики и их обсуждение (1835 комментариев) в социальных сетях “ВКонтакте” (vk.com/fem_school, vk.com/kinomania, vk.com/izmaydom) и Facebook² (facebook.com/mosru.official, facebook.com/themeduza/), в кроссплатформенной системе Telegram (t.me/commentlentach), личных блогах ЖЖ (lost-buddha.livejournal.com, prof-afv.livejournal.com, lena-miro.ru), новостной ленте (zen.yandex.ru), политическом интернет-сообществе (politota.d3.ru), на семейных форумах (rusevik.ru/forum, familyroad.ru/forum, forum.moya-semya.ru), информационно-развлекательном портале d3.ru, сайтах информационных СМИ (ria.ru, echo.msk.ru, vedomosti.ru, m.gazeta.ru). Отбирались популярные сообщения, получившие более 40 комментариев, которые были опубликованы в 2015–2022 гг. Комментарии к сообщениям анализировались в полном объеме.

Методика и процедура исследования. Использовался метод интен-анализа, который позволяет оценить психологическое содержание речи и определить намерения коммуникантов с учетом ответных реакций партнеров общения [8].

На первом этапе проводилась квалификация речевых намерений субъектов общения в эмпирическом материале. Результаты, полученные независимо друг от друга четырьмя экспертами-психологами, обсуждались совместно, после чего принималось согласованное решение относительно зафиксированных интенций. Осуществлялась проверка полученных данных с привлечением дополнительно двух экспертов, имеющих опыт проведения интен-анализа. С опорой на словари [8; 12] выделялись три группы интенций: 1) негативные, связанные с критикой, осуждением, дискредитацией; 2) нейтральные, направленные на анализ

ситуации / точки зрения собеседника, а также представление своей позиции без осуждения/критики Другого; 3) позитивные, служащие поддержке, консолидации, положительной оценке ситуации/собеседника. Далее определялась степень негативной окрашенности дискурса с использованием шкалы интенсивности негативных интенций, основанной на оценке настоятельности намерения говорящего: чем она сильнее, тем больше интенсивность интенции. Шкала содержит интенциональные категории, объединенные в четыре блока — “Обнаружить свои переживания, эмоции”, “Дать негативную оценку”, “Выступить против”, “Дискредитировать” [10].

На втором этапе на основе лексико-грамматического анализа материала и существующих данных устанавливались формы проявления выделенных категорий интенций: глаголы, отглагольные существительные, ассоциативно связанные слова, словосочетания и пр. Выявлялись и систематизировались повторяющиеся (более пяти раз) формы проявления негативных интенций, выступающие маркерами той или иной категории.

Для оценки различия в выраженности долей и пропорций использовался точный критерий Фишера для сравнения пропорций, для расчета — программа Statistica 12. Оценка согласованности работы экспертов производилась с применением коэффициента каппа Флейса для номинальных переменных. Оценка степени совпадения результатов анализа с мнениями экспертов, привлеченных на этапе экспертной проверки, осуществлялась с использованием статистики отношения шансов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Интенциональное пространство дискурса социальных медиа содержит 51 категорию интенций (4947 реализаций), среди которых наиболее частотны “оскорбить” ($n = 529$), “выразить мнение” ($n = 494$), “высмеять” ($n = 445$), “сообщить” ($n = 382$), “критиковать” ($n = 370$), “выразить иронию” ($n = 252$), “обесценить” ($n = 223$), “пояснить” ($n = 185$). Реже других (менее 15 реализаций) обнаруживаются этикетные интенции (“попрощаться”, “поприветствовать”), интенции активного слушания (“выразить понимание”) и заботы о собеседнике (“успокоить”, “предупредить” и др.), стремления дать оценку его действиям и побудить к ним (“намекнуть”, “попросить”, “привлечь внимание”), а также выразить угрозу.

Проверка валидности процедуры интен-анализа и надежности полученных результатов показала,

² Входит в корпорацию Meta Inc, признана экстремистской и запрещена в России.

что эксперты работали согласованно, данные ими оценки неслучайны (χ -критерий = 0.46, $p = 0.0021$) и с высокой вероятностью совпадают с результатами экспертной проверки ($w = 6.1$; ст. ош. $w = 3.03$ при $p = 0.02$).

Интенции позитивной направленности в дискурсе социальных медиа наименее частотны ($n = 574$) и разнообразны по составу (15 категорий). В общей сложности примерно половина из них относится к категориям “поддержать”, “поблагодарить” и “похвалить”: “Спасибо за совет”, “Умничка!”, “Киргизы очень чистоплотные и работающие”. Остальные позитивные интенции (“согласиться”, “выразить одобрение”, “выразить восхищение” и др.) менее частотны.

Интенции нейтральной направленности ($n = 1784$) представлены в сетевом дискурсе сильнее, чем позитивные (точный критерий Фишера, $p < 0.00001$), и отличаются наибольшим категориальным разнообразием (21 категория). При этом почти треть из них приходится на категорию “выразить мнение” и примерно такую же часть в совокупности составляют интенции “сообщить” и “пояснить” («Ради интереса погуглила, актеры сериала “Игры престолов” получают за 1 эпизод по \$2.5 миллионов»); остальные категории (“посоветовать”, “предположить” и др.) менее частотны: “Позаботься о себе и ваших детях”, “Могу предположить, что многие поколения об этом могут не думать”.

Наиболее обычны для социальных медиа интенции негативной направленности, частотность которых почти в 1,5 раза превышает частотность нейтральных и в 4,5 раза — позитивных интенций ($n = 2582$). В ряду негативных (15 категорий) преобладающими выступают интенции “оскорбить”,

“высмеять” и “критиковать” (в целом около половины интенций), а также “выразить иронию”, “обесценить”, “выразить возмущение”, “возразить” (треть реализованных интенций): “Ты на рожи своих собратьев глянь!”, “Вы нагло врете!”.

Оценка полученных данных по шкале интенсивности негативных интенций [10] обнаруживает преобладание интенций блока дискредитации — “оскорбить”, “обвинить”, “высмеять” и др. (точный критерий Фишера, $p < 0.00001$), которые обладают наибольшей интенсивностью (рис. 1).

Намерения выступить против собеседника/третьего лица (“выразить возмущение”, “возразить”, “осудить” и пр.), а также дать негативную оценку ему/его действиям (“критиковать”, “выразить сожаление” и пр.) обладают меньшей интенсивностью и представлены в дискурсе с приблизительно равной (точный критерий Фишера, $p > 0.01$), но меньшей частотой. Намерения обнаружить свои эмоции, переживания (“выразить сомнение”, “выразить обеспокоенность” и пр.) имеют наименьшую интенсивность и проявляются в дискурсе реже всего (точный критерий Фишера, $p < 0.005$).

Как показывает рис. 2, наиболее сбалансированный профиль негативных интенций обнаруживается при обсуждении повседневных событий (новорожденных кино, бытовых вопросов, жизни города) и вакцинации от COVID-19: активно реализуются не только интенции дискредитации, но и стремления дать негативную оценку, выступить против, поделиться эмоциями и переживаниями, которые характеризуются меньшей интенсивностью и в целом уравнивают друг друга. Профили негативных интенций при обсуждении этнополитической тематики (беспорядков в Бирюлево, Гюмри и др.),

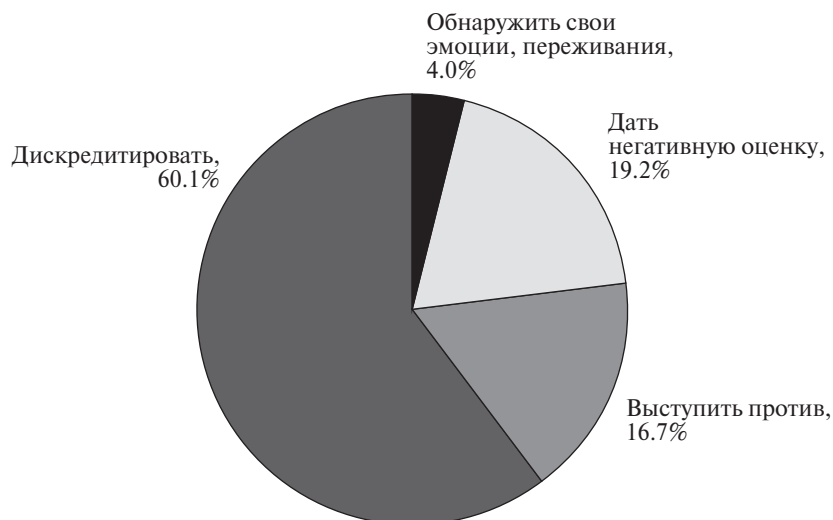


Рис. 1. Относительная представленность блоков негативных интенций различной интенсивности в дискурсе социальных медиа ($n = 2582$)

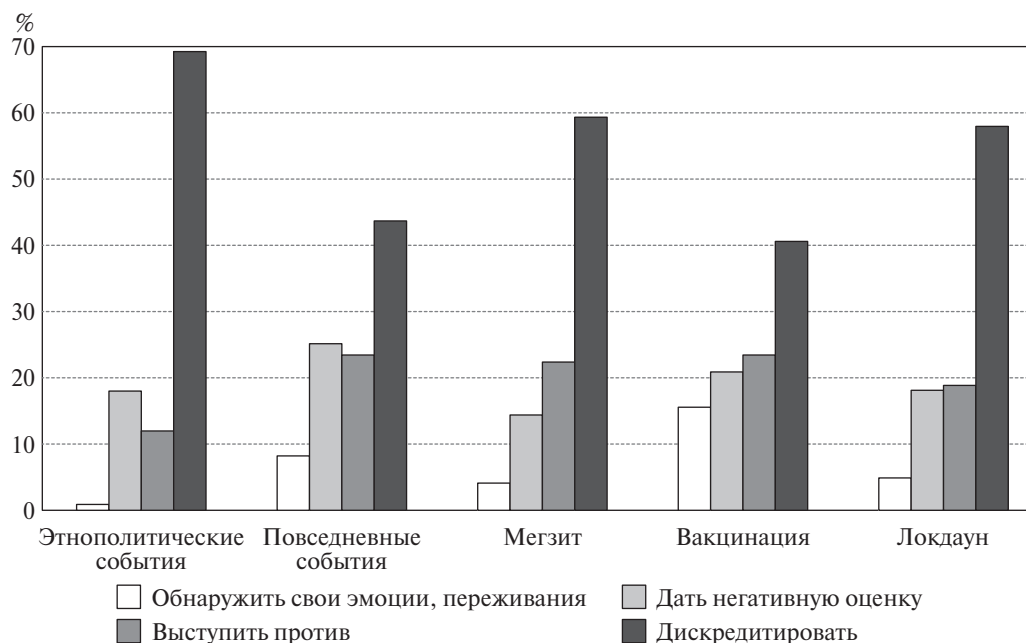


Рис. 2. Относительная представленность блоков негативных интенций в дискурсе различной тематики

Примечание. Частота реализации негативных интенций при обсуждении этнополитических событий (2015–2017 гг.) — 1332, повседневных событий (2018–2019 гг.) — 462, Мегзита (2020 г.) — 205, вакцинации от COVID-19 (2021 г.) — 174, локдауна (2021 г.) — 409.

Мегзита (отказа Г. Виндзора и М. Маркл от статуса членов королевской семьи) и локдауна в связи с ростом числа заболевших COVID-19 не сбалансированы: при доминировании интенций дискредитации остальные блоки реализуются значительно реже (в 1.5–4 раза). Преобладают негативные намерения высокой интенсивности — оскорбить, обвинить, высмеять и др.

Для частотных и вместе с тем отчетливо дифференцируемых негативных интенций выявлены **дискурсивные маркеры**. Представим некоторые из этих категорий, отмечая основные признаки, различающие их между собой.

К числу интенций, имеющих яркое речевое проявление, относится намерение **“оскорбить”**, т.е. умалить способности человека, его достоинство, приписать аморальное или социально неодобряемое поведение, причем в крайне негативной форме. Наряду с прямой адресной формой выражения данной интенции (*“Вам, похоже, вирус мозг выел”*), в сетевом дискурсе широко представлена косвенная форма оскорбления с использованием ярлыков (*“Такие фашисты, как вы”*), заменой негативной конструкции на вопросительную (*“Можно ли назвать такую вменяемой?”*). Признаком реализации данной интенции служат: 1) бранная лексика (*“скоты”, “мерзавцы”, “уроды”*); 2) обиходная и медицинская лексика с негативным значением (*“баллабол”, “истеричка”, “клинические идиоты”*); 3) зооморфная лексика (*“тявкать”, “кукареку код [QR-код]”*); 4) жаргонизмы с непристойным или

презрительным оттенком (*“пропагандон”, “долбаный”, “пурга”*); 5) глаголы повелительного наклонения в значении злопожеланий (*“Не размножайся только”*) и предупреждений-угроз (*“Заруби себе на носу”*).

Стремлению оскорбить часто сопутствует близкая по цели интенция **“унизить”**, отличающаяся менее резкой, небранной формой выражения. Унижение реализуется как напрямую, через негативно-оценочную лексику (*“Вы — ленивый и трусливый неудачник”, “Круглый дурак”*), так и косвенно — через принижение мнения или поведения человека с целью представить его непрофессиональным, аморальным (*“Соседка рассказала?”, “Как маленький”, “Примите таблетку!”*). Маркерами данной интенции выступают: сниженная лексика (*“Не логично ли будет заткнуться”*), ярлыки с инвективной оценкой (*“попугай”*), устойчивые словосочетания с оттенком пренебрежения (*“Еще один...”*). Интересно, что стремление унижить собеседника нередко сглаживает использование юмора, языковой игры, например намеренных искажений (*“неадекватный люд”, “безответственные человеки”*).

Указание на противоречащие нормам действия сближает интенции обвинения и осуждения. Стремление **“обвинить”** в социальных медиа реализуется посредством прямого или косвенного предъявления вины с использованием: 1) каузальных конструкций (*“Это из-за вас”*); 2) описания последствий поступка (*“Поглядите, что из этого вышло!”*); 3) отсылки к будущему (*“Они еще будут”*).

эксплуатировать терпение”). Для данной интенции показательно использование яркой оценочной лексики: “преступление”, “фашизм”, таких выражений, как “вне закона”, “подвергать опасности”. При **осуждении**, в отличие от обвинения, акцент смещается с конкретных действий и атрибуции вины определенному лицу на моральную оценку. Возможны обращения к совести (“Совесть имей!”), укоры (“Да вы что?”, “Как не стыдно”), упреки (“Лишь бы урвать, оштрафовать!”).

В рамках статьи не удастся рассмотреть проявление всех интенций сетевого контента. Из числа намерений эмоционально-экспрессивного типа приведем данные, касающиеся интенции **“выразить возмущение”**. Хотя в других контекстах данная интенция может выражаться прямым обозначением своего эмоционального состояния, в социальных медиа этого варианта не обнаружено. Здесь отмечаются: 1) негативно оценочные номинации (“беспредель”, “безобразие и дискриминация”), в том числе в сочетании с модальными частицами и местоимениями (“Какая ложь!”, “Что за чушь!”); 2) модальные частицы в сочетании с модальным глаголом или самостоятельно (“Как можно!”); 3) вопросительные местоимения (“Что?”); 4) фразеологизмы (“Как чего я не я лошадь не моя”³); 5) наречия и местоименные наречия, подчеркивающие сомнительность идеи, действия (“А вот нафига???”), “С чего вдруг!”). Обыкновенна также графическая форма усиления экспрессивности — вопросительные и восклицательные знаки, которые нередко умножаются.

В завершение остановимся на двух очень показательных для социальных медиа интенциях — **“выразить иронию”** и **“высмеять”**, которые в силу тонкости выражения наиболее сложны для описания и объективной оценки.

Отмеченные случаи иронии относятся к иронии-критике и выражают критическое отношение с помощью актуализации скрытого или противоречащего буквальному смысла: “За введенные ограничения особая благодарочка”, “В Москве введены новые ограничения” — “Ура!”. В сетевом дискурсе широко используются: 1) прецедентные тексты (“Инсайт нечаянно нагрянет”, “Что-то пошло не так”, «Как говорится “Продолжение следует”»); 2) экспрессивные слова с уменьшительно-ласкательными суффиксами (“спасибочки”, “бодренький”); 3) переосмысление слов в новом контексте (“команда СС” [Сергея Собянина]); 4) неологизмы (“прививация”, “барановирус”); 5) притяжательные

местоимения со снисходительным оттенком (“Непьющий вы наш”); 6) устаревшие и разговорные формы (“невозбранно”, “едальня”); 7) междометия с оттенком озадаченности (“м-да”); 8) конструкции с функцией пояснения (“...и так до конца. До нашего конца, конечно”); 9) снисходительные номинации (“гражданка”, “деятели”); 10) намеренные искажения (“Маскасити” [Москва-Сити], “неадекватный людь”); 11) нарочитое выражение удивления, интереса (“Вы реально верите, что <...>?”, “Да вы что, серьезно?”); 12) утрирование ситуации с помощью лексики, нетипичной для контекста (“Давайте скафандры наденем” [о санитарно-ограничительных мерах]); 13) графические средства, кавычки, расставляющие акценты (“Я с планеты ЗЕМЛЯ”, «Отличная “Забота” о людях»).

Отсутствие уничижительного оттенка и непрямого выражение отличают иронию от стремления **“высмеять”**, которое к тому же всегда имеет своим объектом человека и его качества, тогда как ирония может быть направлена и на ситуацию. При высмеивании нередко отмечается двухчастность высказывания, когда одна часть, выражая насмешку, выступает в противоречие с другой (“Спасёт методом голода? Отличное спасение!”). В качестве речевых маркеров интенции отмечены: 1) экспрессивно-оценочные обращения (“милот”, “милочка”); 2) отрицательные наречия и местоимения (“нигде”, “никогда”, “никакая”); 3) междометия (“Ага!”, “Ой катастрофа”); 4) указательные местоимения и частицы (“таким активистам”, “такие же упыри”); 5) нарочитое использование слов-паразитов (“так сказать”, “короче”); 6) заострение высмеиваемых качеств с помощью наречия “особо”, сочетания местоимений “какой-такой” (“Особо послушные”, “Какой такой хребет вы ломать собрались?”); 7) как и при выражении иронии могут использоваться кавычки («Потом такие вот “интуитивные” в больнице все понимают»).

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Интенциональный подход не только обнаруживает эмоциональную окрашенность онлайн-дискуссий, что сближает его с техниками сентимент-анализа, но и позволяет определить актуальные намерения субъектов общения. Так, в позитивно окрашенных высказываниях обнаруживаются намерения поддержать собеседника, дать положительную оценку его действиям или ситуации, выразить согласие и пр. За нейтрально окрашенными раскрываются стремления проанализировать и обсудить ситуацию или точку зрения партнера, обменяться мнениями, что более характерно для

³ Здесь и далее в речевых примерах сохранена орфография и пунктуация авторов.

социальных медиа. Ярko выраженная негативная окрашенность, которой обладают дискуссии, создается за счет превалирования интенций, связанных с критикой, осуждением, дискредитацией.

Полученные данные о преимущественной выраженности негативных интенций согласуются с результатами других исследователей [3; 5; 17; 19; 23], выявляющих негативную оценочность социальных медиа. Вместе с тем они позволяют разобраться в составе негативных оценок, их мотивационно-регуляционной природе и коммуникативном назначении. Установлено преобладание негативных интенций дискредитации, тогда как негативные намерения меньшей интенсивности (выступить против, дать негативную оценку, обнаружить эмоции) проявляются реже. Это свидетельствует не только о направленности на эскалацию конфликта, но и о потребности в самоутверждении, в том числе за счет окружающих. Негативная окрашенность может выступать как знак неприятия собеседника и его действий, как проявление недовольства определенным положением дел, как форма вербальной агрессии, посредством которой коммуникант воздействует на адресата или просто дает выход своим эмоциям. Отметим, что большинство исследований рунета относится к отдельным сетевым ресурсам. Массив данных, собранных нами с 14 интернет-площадок, позволяет сопоставить дискуссии различной тематики: наиболее категоричные и интенционально несбалансированные из них разворачиваются при обсуждении социально значимых событий; более мягкие — при обсуждении повседневных событий. Влияние обсуждаемой темы на характер коммуникации обнаруживается и в других работах, также отмечающих негативную направленность участников в отношении как других пользователей, так и проблемной ситуации [10; 11; 21; 23].

Проведенный анализ показал, что существуют лексические, семантические, графические и пунктуационные параметры сетевого дискурса, выступающие признаком реализации интенции. Дискурсивные маркеры нередко являются общими для ряда интенций. Так, предикативы в зависимости от окружения могут быть связаны с интенциями “осудить” и “выразить возмущение”. Лексика с семантикой деликта характерна для интенций “обвинить”, “выразить возмущение”, “осудить”. Неологизмы, прецедентные высказывания, языковая игра маркируют близкие интенции “выразить иронию” и “высмеять”. Вместе с тем некоторые проявления специфичны для конкретных интенций. Так, на намерение “высмеять” указывает использование утрирующего качества человека сочетания

прилагательного с наречием “особо”. Интенция “осудить” связана с употреблением фразеологизма “лишь бы”, а для оскорбления обычно навешивание ярлыков с помощью оборота “такие, как вы”. Выделены типовые “формулы” реализации некоторых интенций.

Оценивая эти результаты, важно подчеркнуть, что язык онлайн-коммуникации сильно отличается не только от книжного, но и от разговорного. Хотя выражению намерений в речи посвящено немало исследований лингвистической прагматики, в них обозначается общий спектр высказываний различной интенциональности [18], специфика сетевого контента не выявляется. Между тем полученные нами данные показывают, что многие варианты выражения интенций — использование перформативной формы глагола, прямое обозначение своего эмоционального состояния и др. в социальных медиа не представлены. Пользователи не прибегают и к таким выражениям, как, к примеру, “указывать на недостатки” или “громить”; критикуя что-либо, они используют яркую оценочную лексику, передающую непосредственное отношение к ситуации и заставляющую других включаться в обсуждение. Проявления интенций контекстно обусловлены, но их развернутого изучения в условиях рунета, насколько нам известно, не проводилось. При решении специальных, в том числе относительно узких, задач описаны лишь некоторые способы вербализации интенций [1; 6; 7].

Согласно результатам проведенного исследования, в общем случае для передачи интенции важно сочетание дискурсивных проявлений. Этот факт подтверждает тезис о полиинтенциональности высказываний [2; 8], в которых намерения коммуникантов, как правило, выступают в окружении других интенций. Обнаруживается, однако, необходимость увеличения массива данных для выявления набора маркеров, надежно дифференцирующих интенции между собой и релевантных для их определения.

ВЫВОДЫ

Интенциональное пространство дискурса социальных медиа формируют многочисленные интенции субъектов общения (51 категория), как эмоционально окрашенные, так и нейтральные. Нейтральные аналитические интенции выяснения и представления мнений наиболее разнообразны (21 категория), и их частотность в 3 раза превосходит представленность позитивных интенций (15 категорий). Преобладают, однако, интенции негативной направленности, которые по частотности

превышают в 1.5 раза нейтральные и в 4.5 раза позитивные интенции, отличаясь по преимуществу высокой интенсивностью и потенциальной конфликтностью. Сдвиг в сторону негативных интенций отмечается в обсуждениях разной тематики. Причем если в дискуссиях повседневной тематики интенции дискредитации сбалансированы стремлениями дать негативную оценку, выступить против, поделиться эмоциями и переживаниями, то обсуждение резонансных социально значимых событий разворачивается с доминированием интенций дискредитации — “оскорбить”, “обвинить”, “высмеять” и др.

Яркая негативная экспрессивность дискурса передается разнообразными средствами: лексическими, семантическими, пунктуационными, графическими. Широкое употребление имеют жаргонизмы, неологизмы, указательные местоимения и частицы, разбиение предложения на смысловые фрагменты, умножение восклицаний и пр. Некоторые проявления характерны для одной категории интенций, другие — для нескольких. В общем случае для передачи интенции важно сочетание дискурсивных проявлений. Это указывает на необходимость увеличения массива данных для выявления набора маркеров, надежно дифференцирующих интенции между собой и релевантных для их определения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование расширяет представление о дискурсе социальных медиа, который выступает областью экспликации оценок и установок, способствующих не только отражению, но и формированию общественного мнения. Оно показывает, что, хотя в сетевом дискурсе преобладают интенции негативной направленности, ему присущи и связанные с анализом ситуации и обменом суждениями нейтральные, а также позитивные интенции. Сами интенции негативного спектра тоже неоднородны и могут иметь как конфликтный, так и конструктивный характер. Этот вывод, важный для оценки потенциала социальных медиа, имеет практическую значимость в контексте проблемы информационно-психологической безопасности.

Данные, касающиеся дискурсивных проявлений намерений субъектов социальных медиа, актуальны для уяснения механизмов общения в интернете, разработки вопросов функционирования сетевых сообществ. Хотя пока удастся описать далеко не все разнообразие речевых интенций коммуникантов, развитие исследования послужит разработке метода их объективной оценки. Это может быть

использовано в технологиях автоматического анализа дискурса, что в сопоставлении с подходами сентимент-анализа открывает перспективу извлечения более дифференцированной информации об обсуждаемых предметах и формирующихся вокруг них интенциях субъектов общения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Батура Т.В., Корб А.В., Печенкина А.М. Анализ иллокутивных функций высказываний на примере текстовых сообщений в Твиттере // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 162–174.
2. Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н.Д. Павловой, И.А. Зачесовой. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2011. 368 с.
3. Журавлев А.Л., Китова Д.А. Анализ интереса населения к информации о пандемии коронавируса (на примере пользователей поисковых систем интернета) // Психологический журнал. 2020. Т. 41. № 4. С. 5–18.
4. Кирилина А.В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия // Вопросы психолингвистики. 2021. Т. 49. № 3. С. 109–148.
5. Куликова В.А. Новообразования как средство вербальной агрессии в текстах интернет-СМИ // Русский язык в интернет-коммуникации: лингвокогнитивный и прагматический аспекты / Под ред. Л.В. Рацибурской. М.: Флинта, 2021. С. 284–317.
6. Лабутина В.В., Топчий И.В. Оппозиция “мы” — “они” в дискурсивной практике комментария сетевого медиаконтента // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 1. С. 100–106.
7. Моштылева Е.С. Модели наррации в современной русскоязычной интернет-коммуникации: лингвопрагматический и лингвостилистический анализ: Дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2021.
8. Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А. Интент-анализ. Основания, процедура, опыт использования. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2017. 151 с.
9. Павлова Н.Д. Дискурс информационного общества: результаты и перспективы психологических исследований // Психологический журнал. 2022. Т. 43. № 2. С. 20–29.
10. Павлова Н.Д., Афиногенова В.А., Кубрак Т.А., Зачесова И.А. Речевые интенции субъектов в актуальном дискурсе социальных медиа // Экспериментальная психология. 2022. Т. 15. № 4. С. 139–156.
11. Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А., Афиногенова В.А., Зачесова И.А., Кубрак Т.А. Интенциональное пространство постсобытийного дискурса на различных интернет-площадках // Психологический журнал. 2020. Т. 41. № 3. С. 78–91.

12. Психология дискурса: проблемы детерминации, воздействия, безопасности / Под ред. А.Л. Журавлева, Н.Д. Павловой, И.А. Зачесовой. М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2016. С. 201–219.
13. Радина Н.К. Конструирование правил онлайн-дискуссий // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 4. С. 58–76.
14. Радина Н.К., Крупная Д.А. Цифровое политическое участие: эффективность электронных петиций негосударственных онлайн-платформ (на материале change.org) // Полис. Политические исследования. 2019. № 6. С. 113–127.
15. Расходчиков А.Н., Пильгун М.А. Репрезентация экологической тематики в сетевой коммуникации: экоэтика горожан // Личность. Культура. Общество. 2020. Т. 22. № 1–2 (105–106). С. 128–134.
16. Романтовский А.В. Метакоммуникативные индексы в дискурсе интернет-комментариев // Вестник ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2015. Т. 1. № 3. С. 141–149.
17. Фаломкина И.П. Речевая агрессия в комментариях социальных сетей и мониторинг социальной напряженности (на материале комментариев в профиле @kuzbass_news) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2020. № 8–2. С. 101–105.
18. Шмурак Р.И. Формальные средства выражения упрека в русском языке: к процедуре корпусного поиска // Вестник Московского университета. Серия Филология. 2021. № 2. С. 83–93.
19. Buder J. et al. Does negatively toned language use on social media lead to attitude polarization? // Computers in Human Behavior. 2021. V. 116.
20. Cheng J., Danescu-Niculescu-Mizil Cr., Leskovec J. Anti-social Behavior in Online Discussion Communities // ICWSM. 2016. № 1. P. 53–56.
21. Mahfouz I.M. The representation of Meghan Markle in Facebook posts: a discourse historical approach (DHA) // International Journal of Language and Linguistics. 2018. V. 5. № 3. P. 246–259.
22. Simoes E. "Long live Harry and Meghan!": an analysis of polite and aggressive argumentation strategies from online forums on celebrity-related news // Journal of Discourse Studies. 2019. № 8. P. 156–178.
23. Yantseva V. Migration Discourse in Sweden: Frames and Sentiments in Mainstream and Social Media // Social Media + Society. 2020. V. 6. № 4.

SOCIAL MEDIA DISCOURSE: INTENSIONAL APPROACH⁴

N. D. Pavlova*, V. A. Afinogenova**, T. A. Grebenshchikova***

*Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences;
129366, Moscow, Yaroslavskaya str., 13, bldn. 1, Russia.*

**ScD (Psychology), Head of Laboratory of Speech Psychology and Psycholinguistics.*

E-mail: pavlovand@ipran.ru

***PhD, Research Scientist.*

E-mail: afinogenovava@ipran.ru

****PhD, Sr. Research Scientist.*

E-mail: grebenshchikova@ipran.ru

Received 18.08.2022

Abstract. Social media is a new reality of modern society and represent as a platform of online communication of millions of people. During the discussion reflection of current events is happening, positions of communication's subjects on topical issues are forming and changing, impact is made. Definition of intentional characteristics of network discourse related to motivational, perceptual-cognitive processes, communicants' practical activity becomes particularly relevant in this regard. The approach realized in this study is aimed at characterizing the intentional space of social media discourse and identifying discursive markers of Internet users' actual intentions, suitable for their objective evaluation. 46 messages of various topics and their discussion (1835 comments) on various network resources in 2015–2022 are served as the material for our study. Intent-analysis is used to assess psychological content of speech. This method allows to determine communicators' intentions associated with current interaction and communicative tactics. 51 categories of intentions are described (4947 realizations). High intensity negative intentions dominate among them regardless of their topics that points to pronounced negative evaluability and potential conflictuality. In addition, social media discourse

⁴ The study was financially supported by RSCF, grant № 22-28-01511.

has clear informational focus due to extensive representation of neutral intentions associated with exchange of opinions, analysis and discussion of the situation. Context specific markers of communicators' intentions: lexical, semantic, graphic and punctuation are found in it. Some markers are specific to certain intentions; others are realized in actualization of a number of intentions that associated with the variety of expression ways and words' multiple meanings.

Keywords: social media discourse, network discussions, intent-analysis, intentional space of discourse, speech intentions of communicators' subjects, markers of speech intentions.

REFERENCES

1. *Batura T.V., Korb A.V., Pechyonkina A.M.* Analiz illokutivnykh funktsiy vskazyvaniy na primere tekstovykh soobshcheniy v Twittere. *Sibirskiy psikhologicheskij zhurnal*. 2015. № 58. P. 162–174. (In Russian)
2. *Diskurs v sovremennoy mire. Psikhologicheskie issledovaniya.* Eds. N.D. Pavlova, I.A. Zachesova. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2011. 368 p. (In Russian)
3. *Zhuravlev A.L., Kitova D.A.* Analiz interesa naseleniya k informatsii o pandemii koronavirusa (na primere pol'zovatelej poiskovykh sistem interneta). *Psikhologicheskii zhurnal*. 2020. V. 41. № 4. P. 5–18. (In Russian)
4. *Kirilina A.V.* Gender i gendernaya lingvistika na rubezhe tret'ego tysyacheletiya. *Voprosy psiholingvistiki*. 2021. V. 49. № 3. P. 109–148. (In Russian)
5. *Kulikova V.A.* Novoobrazovaniya kak sredstvo verbal'noj agressii v tekstah internet-SMI. *Russkij yazyk v internet-kommunikatsii: lingvokognitivnyy i pragmaticheskij aspekty*. Ed. L.V. Raciburskaya. M.: Flinta, 2021. P. 284–317. (In Russian)
6. *Labutina V.V., Topchij I.V.* Oppozitsiya "my" — "oni" v diskursivnoy praktike kommentariya setevogo mediakontenta. *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika*. 2020. № 1. P. 100–106. (In Russian)
7. *Moshtyleva E.S.* Modeli narratsii v sovremennoy russko-yazychnoy internet-kommunikatsii: lingvopragmaticheskij i lingvisticheskij analiz: Dis. ... kand. filol. nauk. Nižnii Novgorod, 2021. (In Russian)
8. *Pavlova N.D., Grebenshchikova T.A.* Intent-analiz. Osnovaniya, procedura, opyt ispol'zovaniya. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2017. 151 p. (In Russian)
9. *Pavlova N.D.* Diskurs informatsionnogo obshchestva: rezul'taty i perspektivy psikhologicheskikh issledovaniy. *Psikhologicheskii zhurnal*. 2022. V. 43. № 2. P. 20–29. (In Russian)
10. *Pavlova N.D., Afinogenova V.A., Kubrak T.A., Zachesova I.A.* Rechevye intentsii sub'ektov v aktual'nom diskurse social'nykh media. *Ekspertimetal'naya psikhologiya*. 2022. V. 15. № 4. P. 139–156. (In Russian)
11. *Pavlova N.D., Grebenshchikova T.A., Afinogenova V.A., Zachesova I.A., Kubrak T.A.* Intentsional'noe prostranstvo postsobytiynogo diskursa na razlichnykh internet-ploschadkakh. *Psikhologicheskii zhurnal*. 2020. V. 41. № 3. P. 78–91. (In Russian)
12. *Psikhologiya diskursa: problemy determinatsii, vozdeystviya, bezopasnosti.* Eds. A.L. Zhuravlev, N.D. Pavlova, I.A. Zachesova. Moscow: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2016. P. 201–219. (In Russian)
13. *Radina N.K.* Konstruirovaniye pravil onlajn-diskussii. *Social'naya psikhologiya i obshchestvo*. 2019. V. 10. № 4. P. 58–76. (In Russian)
14. *Radina N.K., Krupnaya D.A.* Cifrovoye politicheskoye uchastie: effektivnost' elektronnykh petitsiy gosudarstvennykh onlajn-platform (na materiale change.org). *Polis. Politicheskie issledovaniya*. 2019. № 6. P. 113–127. (In Russian)
15. *Raskhodchikov A.N., Pil'gun M.A.* Reprezentatsiya ekologicheskoy tematiki v setevoy kommunikatsii: eko-etika gorozhan. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo*. 2020. V. 22. № 1–2 (105–106). P. 128–134. (In Russian)
16. *Romantovskiy A.V.* Metakommunikativnye indeksy v diskurse internet-kommentariyev. *Vestnik leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina*. 2015. V. 1. № 3. P. 141–149. (In Russian)
17. *Falomkina I.P.* Rechevaya agressiya v kommentariyakh social'nykh setej i monitoring social'noy napryazhennosti (na materiale kommentariyev v profile @kuzbass_news). *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki*. 2020. № 8–2. P. 101–105. (In Russian)
18. *Shmurak R.I.* Formal'nye sredstva vyrazheniya upreka v russkom yazyke: k procedure korpusnogo poiska. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya "Filologiya"*. 2021. № 2. P. 83–93. (In Russian)
19. *Buder J., Rabl L., Feiks M., Badermann M., Zurstiege G.* Does negatively toned language use on social media lead to attitude polarization? *Computers in Human Behavior*. 2021. V. 116.
20. *Cheng J., Danescu-Niculescu-Mizil Cr., Leskovec J.* Anti-social Behavior in Online Discussion Communities. *ICWSM*. 2016. № 1. P. 53–56.
21. *Mahfouz I.M.* The representation of Meghan Markle in Facebook posts: a discourse historical approach (DHA). *International Journal of Language and Linguistics*. 2018. V. 5. № 3. P. 246–259.
22. *Simoes E.* "Long live Harry and Meghan!": an analysis of polite and aggressive argumentation strategies from online forums on celebrity-related news. *Journal of Discourse Studies*. 2019. № 8. P. 156–178.
23. *Yantseva V.* Migration Discourse in Sweden: Frames and Sentiments in Mainstream and Social Media. *Social Media + Society*. 2020. V. 6. № 4.