Российская академия наук
Институт психологии

Государственный академический университет гуманитарных наук

СУБЪЕКТНОСТЬ И ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТА

Под редакцией
А. Н. Воронина

Москва
Институт психологии РАН
2021

УДК 159.9
ББК 88
С 89

Все права защищены. Любое использование материалов данной книги полностью или частично без разрешения правообладателя запрещается

Рецензенты:

М. М. Кашапов, доктор психологических наук, профессор
А. Н. Поддьяков, доктор психологических наук, профессор
Т. И. Шульга, доктор психологических наук, профессор

Коллектив авторов:

Алдашева А. А.: глава 15 (в соавт.); Воронин А. Н.: главы 1 (в соавт.), 3, 4 (в соавт.), 6 (в соавт.), 7, 8 (в соавт.), 9 (в соавт.), 12 (в соавт.), 13 (в соавт.), 14 (в соавт.); Гребенщикова Т. А.: главы 1 (в соавт.), 2 (в соавт.), 11 (в соавт.), 16 (в соавт.); Китова Д. А.: глава 15 (в соавт.); Ковалева Ю. В.: главы 4 (в соавт.), 10, 12 (в соавт.), 13 (в соавт.), 14 (в соавт.); Кубрак Т. А.: главы 2 (в соавт.), 6 (в соавт.), 8 (в соавт.), 11 (в соавт.), 16 (в соавт.); Латынов В. В.: главы 5, 17; Нестик Т. А.: глава 13 (в соавт.); Павлова Н. Д.: главы 2 (в соавт.), 8 (в соавт.), 11 (в соавт.), 16 (в соавт.); Рунец О. В.: глава 15 (в соавт.); Смирнов И. В.: главы 1 (в соавт.), 8 (в соавт.), 9 (в соавт.); Станкевич М. А.: главы 8 (в соавт.), 9 (в соавт.); Чеповский А. А.: глава 14 (в соавт.)

С 89 Субъектность и жизнеспособность сетевых сообществ в дискурсивном пространстве Интернета. 2-е изд., доп. и перер. / Под ред. А. Н. Воронина. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2021. – 373 с.

doi: 10.38098/proc_21_0443
ISBN 978-5-9270-0443-0

УДК 159.9
ББК 88

Книга отражает результаты комплексного междисциплинарного исследования субъектности и жизнеспособности сетевых сообществ, выполненного на стыке социальной психологии, психолингвистики и информатики. Последовательно излагаются основные подходы к изучению социальных, психологических и дискурсивных процессов в социальных медиа. Междисциплинарность исследования при этом обеспечивается общим для психологии и информатики объектом исследования – контентом сетевого сообщества. С указанием на принципиальную ситуативность контента с психологической стороны используется дискурсивная парадигма, а со стороны информационных наук – реляционно-ситуационный подход к анализу семантико-синтаксической структуры контента. Дискурсивная парадигма позволяет связать параметры дискурса с основными психологическими характеристиками сетевого сообщества: субъектностью и жизнеспособностью. Обнаружение соответствия между семантико-синтаксическими показателями контента и дискурсивными параметрами обеспечивает на основе технологий искусственного интеллекта автоматическую оценку выраженности компонентов субъектности и жизнеспособности сетевых сообществ.

© ФГБУН «Институт психологии РАН», 2021

ISBN 978-5-9270-0443-0

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 5

Раздел I
ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ГЛАВА 1. Социальные, психологические и дискурсивные процессы в социальных медиа 21

ГЛАВА 2. Дискурсивная реальность Интернета 37

ГЛАВА 3. Методологические проблемы исследования субъектности сетевых сообществ 44

ГЛАВА 4. Жизнеспособность сетевого сообщества: теоретический анализ конструкта 60

ГЛАВА 5. Процессы психологического воздействия в социальных сетях 65

Раздел II
АНАЛИЗ СУБЪЕКТНОСТИ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ

ГЛАВА 6. Концептуализация феномена субъектности сетевого сообщества с использованием метода обоснованной теории 85

ГЛАВА 7. Субъектность сетевого сообщества: сравнение психометрических моделей проявления дискурсивных маркеров в контенте 111

ГЛАВА 8. Оценка субъектности сетевых сообществ: сопоставление дискурсивных маркеров и показателей реляционно-ситуационного анализа 126
ГЛАВА 9. Регрессионные модели субъектности сетевых сообществ по показателям автоматического реляционно-ситуационного анализа 147
ГЛАВА 10. Психологические типы субъектности членов сетевого сообщества (на примере социальной сети «Твиттер») 161

Раздел III
ДИНАМИКА СУБЪЕКТНОСТИ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ И ИХ ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ

ГЛАВА 11. Исследование динамики субъектности сетевых сообществ по дискурсивным параметрам контента. 177
ГЛАВА 12. Изменение субъектности сетевого сообщества в процессе троллинга 193
ГЛАВА 13. Изучение жизнеспособности сетевых сообществ по дискурсивным маркерам 213

Раздел IV
ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ГЛАВА 14. Сетевые характеристики и субъектность сообществ социальной сети «Твиттер» 231
ГЛАВА 15. Субъектность больших неформализованных групп в условиях пандемии: интернет-анализ поведения безработных 259
ГЛАВА 16. Патриотический дискурс в политическом интернет-сообществе 284
ГЛАВА 17. Цифровые следы и прогнозирование психологических характеристик человека 300

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. 322
ЛИТЕРАТУРА. 326

ВВЕДЕНИЕ

Представленная коллективная монография отражает результаты комплексного междисциплинарного исследования субъектности и жизнеспособности сетевых сообществ, выполненного на стыке социальной психологии, психолингвистики и информатики сотрудниками Института психологии и Института системного анализа РАН. Многие представленные здесь разработки носят поисковый характер и намечают те направления социально-психологических и психолингвистических исследований в данной области, которые представляются нам особенно перспективными.

Сетевые сообщества (СС) – новая социальная реальность современного цифрового общества. Актуальность их психологического исследования обусловлена все более широким переходом социальной жизни в интернет-пространство. Однако большинство работ, существующих на данный момент, посвящено динамике относительно простых феноменов: эмоциональному заражению и распространению мемов, информационным каскадам в связи с теми или иными событиями, групповой поляризации, распространению слухов и ложной информации. Исследования сложных явлений, таких как коллективная память и социальные представления, относительно редки.

Предлагаемая книга посвящена изучению субъектности сетевых сообществ как самодетерминированной активности социальных групп, многообразно проявляющейся в различных формах совместной активности. Одной из методологических проблем исследования выступает многозначность конструкта «субъектность», индуцированная неопределенностью размера сообщества, что не позволяет

использовать характеристики субъектности реальных сообществ, непосредственно связанные с их размером. Другой проблемой является идентификация участников сетевого сообщества, обусловленная их представленностью аккаунтами в сети и связанным с ними контентом. Одним из подходов, частично снимающим указанные проблемы, является анализ коммуникации сетевого сообщества без конкретизации отдельных участников. При этом объектом исследования выступает пользовательский контент, связанный с аккаунтами посредством социальных медиа, а дискурсивная парадигма исследования, предусматривающая изучение реальных коммуникативных практик в различных ситуациях и социокультурных контекстах, представляется наиболее адекватной. Субъектность сетевого сообщества при таком подходе базируется на проявлении дискурсивных признаков в пользовательском контенте, а ее оценка зависит от верификации психометрической модели проявления дискурсивных признаков в компонентах коллективной субъектности.

Выявление дискурсивных маркеров проводится путем психолингвистической экспертизы и функционально-семантического анализа корпуса текстов сетевых сообществ, отобранных в ходе мониторинга социальных сетей, форумов, блогов и чатов. Обсуждение и согласование способов выявления и кодировки дискурсивных маркеров осуществляются в ходе экспертных сессий, проведенных с использованием метода обоснованной теории. Для определения имплицитной структуры субъектности сетевых сообществ, проявляющейся в дискурсе, проведено субъективное шкалирование выявленных дискурсивных признаков по характеристикам субъектности реальных социальных групп. Содержательная интерпретация результатов шкалирования позволяет выявить структуру субъектности сетевых сообществ, состоящую из таких компонентов, как: языковая и понятийная идентификация, готовность действовать, поддержка тематики сетевого сообщества, групповые нормы и ценности, планирование и результаты совместных действий, отстранение «других», защита целостности сообщества, гражданская идентичность, позитивная поддержка коммуникации. Часть выявленных компонентов субъектности сетевых сообществ схожа с характеристиками субъектности реальных социальных групп, но большая часть – специфична.

Аналогичное исследование жизнеспособности, определяющей изменение целостности и функционирования сетевого сооб-

щества перед угрозой внешних и внутренних негативных воздействий, позволяет определить ее структуру, состоящую из следующих компонентов: общая жизнеспособность, вовлеченность, контроль, принятие риска, пластичность, устойчивость, антихрупкость и саморазвитие.

Эмпирическое сопоставление проявления дискурсивных маркеров субъектности и текстовых показателей, полученных автоматически с помощью машины реляционно-ситуационного анализа (РСА) текста, разработанного в Институте системного анализа, позволяет выявить значительное количество (больше 250) соответствий, часть из которых вполне теоретически предсказана, а часть принципиально объяснима в рамках семантического анализа и сопоставления с психологическими конструктами субъектности. Это открывает возможности автоматического мониторинга сетевых сообществ Рунета по особенностям субъектности и в перспективе по характеристикам жизнеспособности. В ходе исследования троллинга в социальных сетях была оценена динамика субъектности сетевого сообщества под воздействием негативных факторов, при этом было показано, что троллинг приводит к радикальному изменению компонентного состава субъектности и незначимому снижению общей субъектности. Подтверждено предположение о специфичной «психометрике» субъектности сетевого сообщества, основанной на приоритете разнообразия различных ее составляющих по отношению к уровню их проявления. В рамках науки о сетях (Network science) проведен анализ графа взаимодействующих объектов социальных сетей на основе выделения неявных сообществ. Показана взаимосвязь относительного размера «ядра» сообщества с частотой дискурсивных маркеров субъектности в контенте: чем больше относительный размер, тем больше дискурсивных маркеров.

Первый раздел посвящен методологическим и теоретическим проблемам психологического исследования социальных медиа на различных уровнях – социальном, социально-психологическом, психологическом. При этом упор делается на анализ дискурса контента социальных медиа и дополняется рассмотрением психологического воздействия в социальных сетях. В *первой главе* анализируются социальные, психологические и дискурсивные процессы в социальных медиа. Показано, что при переходе к «интернету всего» жизнедеятельность не только виртуальных сообществ, но и традиционных социальных групп все больше осуществляется в условиях смешанной

реальности, когда внутригрупповое и межгрупповое взаимодействие разворачивается одновременно онлайн и оффлайн. Дальнейшее изучение коммуникативных процессов и групповых социально-психологических феноменов (таких как сплоченность, доверие, групповые ценности и нормы и др.) уже невозможно без учета того влияния, которое оказывает на них дискурсивное пространство Интернета. При этом новые виды дискурса, появление которых связано с образованием социальных сетей и интернет-сообществ, как и стадии жизненного цикла и механизмы развития сетевых сообществ остаются малоизученными. Между тем для прогнозирования группового поведения необходимо уточнить, насколько традиционные модели групповой динамики и групповые социально-психологические механизмы, выявленные на традиционных группах, применимы к разным типам сетевых сообществ. Для проведения социально-психологических исследований в Интернете и социальных медиа необходимы модели, методы и инструменты анализа информации различной природы и структуры, основанные на подходах искусственного интеллекта, математического моделирования, обработки естественного языка и информационных технологий. В настоящее время актуально создание валидизированных моделей, методов и программных средств анализа структуры больших графов (сетевых сообществ), интеллектуального анализа текстов, обработки изображений, лингво-статистического анализа и сравнения различных корпусов текстов. Востребованы также комплексные подходы к анализу социальных медиа, объединяющие перечисленные выше модели, методы и инструменты. Особую значимость имеют проблемы анализа дискурсивного пространства социальных медиа и текстовой продукции сетевых сообществ с применением глубокого лингвистического анализа текстов.

Во *второй главе* описаны характеристики дискурсивной реальности Интернета, создаваемой коммуникативной активностью и стоящими за ней переживаниями пользователей. На основе теоретического анализа выделены основные характеристики дискурсивной реальности Интернета: 1) вариативность дискурсивного отображения событий, задающего способы говорения о мире и трансформирующего его картину; 2) коммуникативная контекстность, связанная с принятыми нормами, намерениями, речевыми интенциями говорящих и другими факторами; 3) интерактивность и мультимодальность, повышающие оказываемое эмоциональное воздействие

и доверие к получаемой информации. При этом в главе обобщены результаты большого корпуса зарубежных и отечественных исследований в рамках дискурсивного подхода к изучению социально-психологических процессов в интернет-среде.

Третья глава посвящена экспликации методологических проблем эмпирического психологического исследования сетевых сообществ. Разнообразие теоретических представлений о сетевом обществе, конституирующих характер взаимодействий и отношений между участниками сетевого сообщества, определяет проблему неопределенности объекта исследования: отдельные участники сетевого сообщества, функциональные сети, презентирующие взаимодействие участников сетевого сообщества и конкретные социальные медиа, определяющие характер взаимодействия в них. Другой методологической проблемой конкретно психологического исследования является многозначность конструкта «субъектность», индуцированная неопределенностью размера сообщества численностью от малой до большой социальной группы, что не позволяет использовать характеристики субъектности реальных сообществ, непосредственно связанные с их размером. В главе предлагается подход к анализу субъектности сообщества, основанный на дискурсивной парадигме, где в качестве объекта исследования рассматривается контент сетевого сообщества, а субъектность как предмет исследования базируется на ее дискурсивных признаках.

В *четвертой главе* проведен теоретический анализ конструкта жизнеспособность и близких к нему конструктов (жизнестойкость, пластичность, антихрупкость) применительно к стетевым сообществам. Показано, что разработка понятия жизнеспособность расширяет понимание субъектности как целостного свойства большой социальной группы. Впервые допускается факторная вариативность (профильность) жизнеспособности, т. е. достижение жизнеспособности с использованием различных ресурсов. Показано, что такой подход наиболее релевантен такому объекту исследования, как сетевое сообщество с его гибкой и динамичной структурой. В качестве класса психических явлений (феноменов), к которым можно отнести жизнеспособность СС, предлагается рассматривать ее и как свойство, и как состояние. Впервые разработан набор внутренних факторов жизнеспособности, к которым отнесены следующие: общая жизнеспособность; вовлеченность; контроль; принятие риска; устойчивость и саморазвитие.

Пятая глава посвящена процессам психологического воздействия в социальных сетях. Показано, что востребованность Интернета как канала психологического воздействия обуславливает все возрастающий интерес к этой проблематике. При этом выделено несколько направлений ее изучения: анализ процессов изменения мнений людей по различным вопросам в реальной жизни, проведение экспериментов по выявлению роли различных характеристик субъектов, объектов и средств воздействия как факторов эффективности воздействия в социальных сетях, создание различных моделей данного феномена. Предложена модель, обобщающая и структурирующая многообразные закономерности психологического воздействия в Интернете (сокращенно: модель ПВИ). Модель состоит из трех блоков: 1) теоретические основания, 2) элементы – субъект, объект, средства, эффекты, контекст, 3) закономерности, описывающие взаимосвязи между элементами модели. Модель ПВИ включает как общие закономерности воздействия, так и их частные варианты, зависящие от конкретных особенностей субъектов, объектов и ситуации воздействия. Такая многоаспектная модель позволяет достичь понимания того, какие факторы и насколько сильно определяют эффективность психологического воздействия в социальных сетях.

Второй раздел книги посвящен эмпирическим психологическим исследованиям субъектности сетевых сообществ, направленных на анализ ее структуры в рамках дискурсивной парадигмы и сопоставление полученных параметров субъектности с результатами автоматического реляционно-ситуационного анализа контента. *Шестая глава* посвящена изучению субъектности сетевого сообщества с использованием метода обоснованной теории. Метод обоснованной теории, как один из наиболее продвинутых методов в парадигме кодирования, позволяет осуществить концептуализацию феномена субъектности сетевых сообществ путем анализа их дискурса. В главе показано, как последовательно используется данный метод и как преодолеваются проблемы, связанные с психологической интерпретацией конструктов, генерируемых из «эмпирического поля». Так, проблема многообразия проявлений субъектности решена путем субъективного шкалирования вклада субстантивных кодов при реконструкции структуры имплицитных представлений о субъектности сетевого сообщества. Дальнейшие итерации в процессе построения обоснованной теории и разработка краткого перечня дискурсивных маркеров субъектности базировались на включении в процесс созда-

ния обоснованной теории и методов сравнения факторных структур. Анализ процесса троллинга позволил ввести в разработанную модель субъектности представления об актуальных и потенциальных компонентах субъектности.

Глава седьмая посвящена сравнению психометрических моделей проявления дискурсивных маркеров субъектности сетевых сообществ в контенте. В главе кратко представлена процедура выявления дискурсивных маркеров субъектности различных уровней (лексический, семантический, контент-аналитические шкалы и т. д.). Описана структура субъектности сетевого сообщества, реконструированная на основе имплицитных представлений экспертов. Компоненты субъектности сетевых сообществ (обсуждение совместной деятельности, позитивная поддержка коммуникации, групповые нормы и ценности, «свои—чужие», гражданская идентичность) соотнесены с экспертной оценкой сообществ. Сопоставлены четыре модели взаимосвязи дискурсивных маркеров и конструкта «субъектность»: аддитивно-кумулятивная, кумулятивно-аддитивная с винзорированным усреднением, кумулятивно-аддитивная с усреднением Тьюки и простая аддитивная. Выявлен приоритет робастных моделей и показано, что для исследованных сетевых сообществ наиболее адекватной представляется аддитивно-кумулятивная модель с винзорированным усреднением.

В *восьмой главе* проводится сопоставление оценок субъектности сетевых сообществ по дискурсивным маркерам с показателями реляционно-ситуационного анализа контента. Субъектность сетевого сообщества оценивается в рамках дискурсивной парадигмы по частоте проявлений дискурсивных маркеров в контенте, и при этом параллельно осуществляется анализ того же контента путем последовательного интеллектуального морфологического, синтаксического и семантического анализа с последующим определением частоты встречаемости психолингвистических маркеров в рамках реляционно-ситуационного анализа, базирующегося на синтаксемном анализе текста и на концепции неоднородных семантических сетей. В главе показано, что сопоставление параметров субъектности и показателей РСА выявило значительное количество (больше 250) соответствий, часть из которых была теоретически предсказана, а часть – объяснима в рамках семантического анализа и сопоставления с психологическими компонентами субъектности сетевых сообществ.

В *девятой главе* представлены результаты исследования, посвященного разработке регрессионных моделей субъектности сетевых сообществ по автоматически определяемым показателям реляционно-ситуационного анализа его контента. Для построения моделей был проанализирован контент 64 сетевых сообществ различной тематической направленности из открытого сегмента социальных сетей Фейсбук, ВКонтакте (VK), Одноклассники, Пикабу, Телеграм и др. Тексты сообществ были подвергнуты психолингвистическому анализу с помощью ранее разработанного перечня дискурсивных маркеров, по итогам которого были вычислены показатели субъектности. Автоматический реляционно-ситуационный анализ текстов осуществлялся с помощью машины РСА, разработанной в Институте системного анализа РАН. Показатели РСА на прецедентных текстах позволяют исчерпывающим образом предопределять уровень субъектности сетевого сообщества. Для всех 12 показателей субъектности СС, описывающих субъектность сетевого сообщества на трех уровнях, удалось построить регрессионные модели со скорректированным коэффициентом детерминации, приближающимся к 1. Семантические связи и роли в контенте сетевых сообществ с высоким уровнем субъектности в совокупности описывают деятельностный характер отношений, складывающийся в этих сообществах. Другой характеристикой контента более субъектных сетевых сообществ является протестный характер. Указанные характеристики находят свое выражение в двух гиперролях таких сообществ: «оперативность действия» и «протестные радикальные действия». При повышении субъектности сетевого сообщества повышается «насыщенность» контента и наблюдается переход к «деловому» дискурсу с элементами эллиптичности.

В *десятой главе* представлено исследование психологической типологии субъектности членов сетевого сообщества (на примере социальной сети «Твиттер»). Взаимодействие членов сетевого сообщества описано структурой переменных, соответствующих признакам коллективного субъекта. Выделены факторы субъектности, лежащие в основе такой структуры: фактор взаимозависимости, самовоспроизводства, активной саморефлексии, взаимосвязанности, ядра сообщества и решения проблем. Описаны четыре типа субъектности членов сетевого сообщества, различающихся их поведением в интернет-взаимодействии и отношением к нему: пассивный, связанный, активной саморефлексии и активного самовоспроизводства.

Третий раздел посвящен динамике субъектности сетевых сообществ и их жизнеспособности. В *одиннадцатой главе* описываются результаты исследования динамики субъектности сетевых сообществ по дискурсивным параметрам контента. Работа продолжает серию исследований субъектности сетевых сообществ как их основополагающего свойства, отражающего способность к самоорганизации и совместным формам активности. Субъектность сообщества проявляется в конституирующем его дискурсе и непосредственно связана с его организацией и уровнем развития: процессом коммуникации, постановкой целей, декларируемыми и неявными конвенциями и пр. Согласно основной гипотезе исследования, субъектность сетевого сообщества изменяется в процессе функционирования, что проявляется в представленности в дискурсе компонентов субъектности и/или их выраженности. Материал исследования составили 15 обсуждений в пяти сетевых сообществах. Было отобрано по три обсуждения актуальных тем в этих сообществах в разное время. Выявление субъектности осуществлялось на основе экспертной оценки с использованием ранее выделенных дискурсивных показателей, относящихся к девяти компонентам субъектности. По результатам исследования обнаружена различная выраженность компонентов субъектности в разные моменты жизни сообществ. Установлено, что наиболее подвержена изменениям составляющая «Планирование и результаты совместных действий», затем «Позитивная поддержка коммуникации», «Транслирование образа сетевого сообщества» и «Защита границ сообщества». Показано, что динамика субъектности чаще всего связана с решением оффлайн-проблемы участниками сообщества.

Двенадцатая глава посвящена изучению субъектности сетевого сообщества в ситуации негативного воздействия – троллинга, который представляет собой вариант некооперативной речевой стратегии. Изучались текстовые сообщения (треды) членов сетевого сообщества, подвергшегося атаке тролля. Целью исследования было выявление дискурсивных маркеров различного уровня как индикаторов различных компонентов субъектности сетевого сообщества и реконструкция ее структуры. Было сделано предположение, что уровень субъектности сетевого сообщества, проявляющийся в его дискурсе, изменяется в процессе троллинга. Выявление компонентов структуры субъектности сетевого сообщества осуществлялось путем экспертной оценки текстов сообщений в тредах с по-

мощью перечня дискурсивных маркеров субъектности сетевых сообществ, разработанного на основе психолингвистического анализа корпуса текстов сетевых сообществ. Экспертная оценка материала исследования осуществлялась двумя экспертами-психологами с последующим согласованием разметки и фрагментации треда в ходе трех экспертных сессий. Идентификация тролля участниками сетевого сообщества происходит последовательно и вызывает спектр ответных реакций: противодействие троллю, обратный троллинг, обсуждение тролля, распад настроения; некоторые участники сетевого сообщества игнорируют тролля и продолжают взаимодействовать с ним обычным способом. Отмечено, что тролль ярче демонстрировал образ того, каким должно быть данное сообщество и более яростно «отстранял» участников дискуссии, апеллируя в том числе и к гражданской идентичности участников. Участники сообщества, в свою очередь, в большей степени наполняли свои твиты словами о следовании принятым групповым нормам и ценностям и указывали троллю на его языковую и понятийную несостоятельность в рамках данного сообщества. Было показано, что после атаки тролля сообществом были отвергнуты связывающие сообщество компоненты субъектности и заменены на иные, что и зафиксировано в радикально изменившейся структуре субъектности сетевого сообщества.

Тринадцатая глава посвящена исследованию жизнеспособности сетевых сообществ как совокупности групповых характеристик и процессов, обеспечивающих адаптацию к меняющимся, трудно предсказуемым условиям совместной жизнедеятельности. В соответствии с основной гипотезой исследования предполагается, что основные характеристики жизнеспособности сетевого сообщества проявляются в его дискурсе, транслирующем представления о ценностях, отношениях, установках и задающем модели поведения, обеспечивающие устойчивость группы к неблагоприятным обстоятельствам и ее способность развиваться. Виртуальный характер взаимодействия в социальных медиа определяет специфику сетевых сообществ и ограничивает объект и предмет исследования до уровня контента и сетевых характеристик сообществ. Дискурсивная парадигма исследования в этой связи представляется наиболее адекватной. В главе представлена процедура выявления дискурсивных маркеров жизнеспособности различных уровней (лексический, семантический, контент-аналитические шкалы и т. д.) на основе ис-

пользования метода обоснованной теории. В результате многоступенчатого кодирования было выделено 44 дискурсивных маркера, объединенных в восемь обобщающих категорий, которые отразили основные характеристики жизнеспособности сетевых сообществ. Использование метода многомерного шкалирования позволило реконструировать структуру жизнеспособности сетевых сообществ на основе имплицитных представлений экспертов. Реконструированная структура жизнеспособности сетевых сообществ включает шесть компонентов: обнаружение и компенсация нежелательных тенденций, мониторинг изменений, антихрупкость, позитивный настрой и удовлетворенность участием в сообществе, преодоление через саморазвитие и активность как способ преодоления трудностей. Выявленные компоненты жизнеспособности соотнесены с композитной оценкой жизнеспособности по внешним критериям. Определена упорядоченность сдвига частоты обнаружения дискурсивных маркеров жизнеспособности в соответствии с уровнем жизнеспособности, оцененной по внешним критериям.

В *четвертом разделе* описываются прикладные исследования дискурсивных процессов в социальных медиа. Так, *четырнадцатая глава* посвящена взаимосвязям сетевых характеристик и субъектности сетевых сообществ в социальной сети «Твиттер». В главе приводится анализ графа взаимодействующих объектов социальных сетей на основе выделения неявных сообществ, проведена оценка субъектности выделенных сообществ и осуществлено сопоставление сетевых характеристик сообществ и различных показателей их субъектности. При этом осуществлено выделение сообществ на построенном взвешенном графе социальной сети, проведен психолингвистический анализ контента сообществ с помощью перечня дискурсивных маркеров субъектности. В результате проделанной работы разработаны алгоритмы построения графа и импорта атрибутов пользователей, реализован алгоритм разбиения взвешенного графа на неявные сообщества пользователей, проведена оценка субъектности контента выделенных сетевых сообществ в социальной сети «Твиттер», выявлена взаимосвязь и направленный сдвиг связности графа и различных показателей субъектности сетевого сообщества.

В *пятнадцатой главе* предпринята попытка описать субъектность больших неформализованных групп в условиях пандемии путем интернет-анализа поведения безработных. Исследование прово-

дилось в три этапа: на первом этапе был произведен общий анализ запросов в поисковой системе «Яндекс», на втором – проанализированы непосредственно запросы по безработице, на третьем – проведен анализ эмоционального фона сообщений. На первом этапе выявлено, что людей наиболее беспокоили проблемы профилактики коронавирусной инфекции, общая ситуация с распространением пандемии в России, а также готовность системы здравоохранения для борьбы с ней. Анализ данных запросов показывает озабоченность людей потерей социального времени, распространением пандемии по всему миру, резким снижением деловой активности в обществе. На третьем этапе проанализирован эмоциональный фон сообщений, который в целом можно определить как обеспокоенность. В работе представлен обобщенный анализ проблемы, который будет полезен в процессе реализации государственной политики по поддержке безработных.

Шестнадцатая глава посвящена патриотическому дискурсу в политическом интернет-сообществе. Показано, что в публичном дискурсе формируются групповые представления и социальные значения, в связи с чем возрастает роль коллективных обсуждений в Интернете. В исследовании проведен интент-анализ дискурса сетевого сообщества, на основе которого выделено соответствующее дискурсивное сообщество как общность коммуникантов, занимающих единую позицию в отношении индивидуально значимых объектов реальности, использующих общую площадку взаимодействия и разделяющих определенные правила интерпретации событий. Дискурс данного сообщества обозначен как патриотический по преобладающей в нем апологизации образа России. По характеру референциальных объектов и относящихся к ним речевых интенций определены выраженные в дискурсе убеждения авторов патриотического дискурсивного сообщества, на основании которых для них выделились группы «своих» и «чужих». Показано, что картина групповых убеждений дискурсивного сообщества сохраняется при удалении повторных оценок комментаторов, т. е. оценки, полученные в результате анализа дискурса, не могут быть смещены какими-либо активными комментаторами.

В *семнадцатой главе* приводится обзор исследований по проблеме прогнозирования психологических характеристик человека по его цифровым следам. Данная проблема решается в рамках нового направления в психологии – цифровой психометрике, где проводят-

ся исследования по сбору «цифровых» данных, их анализу и разработке алгоритмов прогнозирования психологических характеристик. В рамках данного направления выявлены устойчивые взаимосвязи между индивидуально-психологическими характеристиками и поведением людей в сети Интернет. В главе подробно излагаются стратегии и направления практического применения цифровой психометрики и раскрываются ее перспективы.

Раздел I

ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ГЛАВА 1

Социальные, психологические и дискурсивные процессы в социальных медиа

Социальная динамика в сетевой интернет-среде является сегодня предметом множества научных дисциплин, связанных с изучением homo informaticus – человека информационной эпохи. Изучение больших данных позволяет обнаруживать закономерности, ранее невидимые глазу исследователя (Погорский, 2014; Таллер, 2012; Manovich, 2017). В связи с этим комплексное исследование сетевых сообществ связано с интеграцией нескольких научных подходов: социально-психологического, дискурсивного, математического. Формирование «интернета всего», накопление «цифровых следов» индивидуальной и совместной жизнедеятельности в сети людей и умных вещей ставит задачу переописания всей социальной действительности (Берроуз, Севидж, 2016; Майер-Шенбергер, Кукьер, 2013; Нестик, 2017; Фрэнкс, 2014).

В настоящий момент при изучении групповых процессов исследователи сосредоточены в основном на динамике относительно простых феноменов в социальных сетях: эмоциональном заражении и распространении мемов (Kramer et al., 2014; Spitzberg, 2014; Thelwall, 2014), информационных каскадах в связи с теми или иными обсуждаемыми событиями (Burnap et al., 2014; Friggeri et al., 2014; Procter et al., 2013), групповой поляризации и возникновении «эхокамер» (Zollo et al., 2015), распространении слухов и ложной информации (Cheung, Thadani, 2012; Mocanu et al., 2015; Yardi, Boyd, 2010). Напротив, исследования более сложных явлений, таких как коллективная память и социальные представления, относительно редки (Mehl, Pennebaker, 2003; Dwyer, Marsh, 2014). Создаются математические модели социальной динамики, на основе которых предска-

зываются распространение информации, социальные связи и групповое внимание (Galuba et al., 2010; Qian et al., 2014; Zhang et al., 2017 и др.). Ряд авторов отмечают, что большой объяснительный потенциал при анализе коллективного поведения в Интернете имеют модели культурной диссеминации Р. Аксельрода (1997), расовой сегрегации Т. С. Шеллинга (1971) и «силы слабых связей» М. Грановеттера (1973) (Дегтерев, 2016; Castellano et al., 2009; Rier, 2007).

Реальность Интернета – это реальность контента, значительная доля которого представлена в виде текстов (дискурсов). Для выделения лингвистических маркеров психологических характеристик используются специальные инструменты, например, Linguistic Inquiry and Word Count (Pennebaker et al., 2015; Литвинова, 2015) или Text Analysis, Crawling and Interpretetion Tool (Dehghani et al., 2015). По результатам семантического анализа сообщений, интернет-запросов и постов в сетях с учетом «цифровых следов» были получены более точные оценки некоторых психологических характеристик человека, чем с помощью стандартизированных психологических опросников (Lambiotte, Kosinski, 2014).

Более доступными сегодня становятся не только объективные данные о поведении людей, но и их самоотчеты и результаты прохождения тестов. Благодаря социальным сетям и инструментам краудсорсинга (Механический турок Amazon) стало легче собирать большие выборки (Crump et al., 2013). К давно открытым многолетним базам социологических опросов, таким как World Values Survey, International Social Survey, European Social Survey и Eurobarometer, добавляются новые, собственно психологические (например, Journal of Open Psychology Data). В социальной сети Experience Project, существовавшей с 2007 по 2016 гг., содержатся 66 миллионов жизненных историй и описаний различных эмоциональных переживаний, составленных участниками. На сайте myPersonality.org собраны более 6 миллионов результатов тестов (в том числе 3,1 млн результатов по тесту Big5) вместе с 4 миллионами личных страниц в Фейсбуке. Доступность психологических данных растет вместе с переходом психологии к модели «Открытая наука» (Wicherts, 2013).

Наибольшую известность получили исследования поведения пользователей социальных сетей (Wilson et al., 2012; Щебетенко, 2013; Агадуллина, 2015), а также психологическое профилирование личности по цифровым следам на основе модели «Большой пятерки», быстро взятое на вооружение в политических, маркетинговых и кор-

поративных проектах (Войскунский, 2017; Ледовая, 2017а; Соловей, 2017). Технологии анализа цифровых следов как маркеров психологических характеристик были разработаны при изучении сообщений блоггеров в Твиттере и опирались преимущественно на компьютерную лингвистику (Golbeck et al., 2011; Mairesse et al., 2007; Yarkoni, 2010). Анализ социальных сетей позволил выявить цифровые маркеры суицидальных состояний, шизофрении, тревожных и депрессивных расстройств (Monteith et al., 2015; Grunebaum, 2015; Al-Mosaiwi, Johnstone, 2018).

Коммуникативная активность пользователей формирует определенную дискурсивную реальность, отражая картину мира и задавая способ говорения о нем (Гребенщикова, Павлова, 2017). Разрабатываются дискурсивные модели коммуникации в Интернете, в которые входят такие параметры, как образ аудитории, ее предполагаемый размер, уровень персонализированности сообщений, ожидание определенной реакции говорящим и др. (O'Sallivan, Carr, 2017; Bazarova, French, 2017). Сочетая в себе одновременно черты личного и публичного общения (Mass-Personal Communication), коммуникация в интернет-среде объединяет множество дискурсивных практик. Постсобытийный дискурс содержит отклик пользователей на значимые явления, важные индикаторы психоэмоционального состояния, отношений, ценностей группы и личности, которые можно измерить (Девяткин и др., 2012; Krivasheyeu et al., 2016; Bastos et al., 2015). Дискурсивные параметры, связанные с микроконтекстом, определяют конфликтность, эффективность, содержательность коммуникации (Ruiz, 2011; Santana et al., 2014; Spears et al., 2011; Stroud et al., 2015). При этом контекст не только задает нормы коммуникативного поведения (Sukumaran et al., 2011; Yun et al., 2013; Сергеева, 2016), но и определяет актуализацию той или иной идентичности личности (Lea et al., 2002; Yun, Park, 2011), задает социальные роли (Benamar et al., 2017) и др.

При изучении сетевых сообществ (группы поддержки, обмена знаниями, обучения и др.) были выделены их универсальные характеристики: 1) атрибуты – общие цели, интересы, доступ к общим ресурсам, взаимопомощь, эмоциональная вовлеченность; 2) наличие связи с сообществами в реальной жизни (город, хобби, профессия, и др.) или ее отсутствие; 3) количество внутригрупповых связей участников (Lazar, Preece, 1998; Lee et al., 2003; Tamjidyamcholo et al., 2014). Данные показатели позволяют говорить о таком интег-

рирующем групповом признаке, как разделенный дискурс, связанный с ценностями, общими представлениями и задающий правила взаимодействия (Сергеева и др., 2016). Форумы, посвященные сложным этическим проблемам, воспроизводят как доминирующий в обществе, так и альтернативный дискурс, вызывая более острые, чем в обычной жизни, обсуждения (Rier, 2007). На материалах открытых форумов, участники которых переживают стресс, изучаются механизмы онлайновых копинг-стратегий, их связь с субъективным благополучием и эффективность по сравнению с «оффлайн»-совладанием (Frison, Eggermont, 2015; Ingen et al., 2016; Liu, Yu, 2013 и др.).

Особое внимание исследователей привлекают профессиональные виртуальные сообщества. Выделяются психологические условия их успешного функционирования, такие как индивидуальная мотивация, добровольность участия, степень удовлетворенности, социальный капитал участников, их доверие друг другу и ощущения равноценности обмена (Gefen, 2004; Hung, Cheng, 2013; Lin et al., 2009). Созданные под влиянием интенсивно развивающихся HR-технологий программы сбора данных о структуре и содержании всех коммуникаций в интегрированной среде позволяют оценивать лидерское поведение, отношение к руководителю сотрудников, их эмоциональное состояние, вовлеченность и пр. (MicrosoftDelve, TrustVault, Syndio, MoodMetrix и др.). Изучается групповая динамика и влияние групповых социально-психологических феноменов на результаты совместной деятельности по анализу цифровых следов, разрабатываются новые методы оценки кандидатов при приеме на работу (Bersin, 2017). На основе данных о реальном поведении членов малой группы исследуется, как внутригрупповое доверие, сплоченность, групповые представления и ментальные модели влияют на совместную деятельность (Guzzo et al., 2015; Was et al., 2015).

Было предложено описание жизненного цикла профессиональных сообществ, состоящего из шести стадий: возникновение, структурирование, взросление, официализация, консолидация и эволюция (Boughzala, Kaouane, 2004). Выделены также этапы становления более крупного профессионального самоорганизованного сообщества – волонтерского: от инициативы пары единомышленников в социальной сети до автоматизированной службы, связывающей несколько тысяч человек. При этом, если на начальном, «устроительном» этапе участники лично взаимодействуют, активны и несут ответственность за осуществление общих целей, то на последнем, «институали-

зированном», с ростом числа участников и отработкой публичного сервиса, члены сообщества не знают друг друга, взаимодействуют опосредованно, мало влияют на сообщество и несут незначительную ответственность за его эффективность (Theocharis et al., 2017).

Большой массив данных о связи между активностью определенных групп общества в социальных сетях и реальной жизни получен на основе изучения протестных движений (Bastos et al., 2015; González-Bailón et al., 2011; Kavanaugh et al., 2011; Olorunnisola, Douai, 2013). Однако отмечается, что неполитические гражданские формы активности, зародившиеся в социальных сетях, бывают не менее влиятельными (Sutherland, 2016; Theocharis, 2017).

Говоря о больших данных (big data), по дизайну исследования работы психологов можно разделить на четыре основных группы. Во-первых, исследования, опирающиеся на вторичный анализ ранее собранных и уже структурированных баз данных. Во-вторых, краудсорсинговые проекты, позволяющие собрать очень большие выборки участников исследования (Crump et al., 2013), а также сопоставить «цифровые следы» пользователей социальных сетей с их ответами на стандартизированные опросники (Ледовая и др., 2017а). В-третьих, исследования психологических феноменов с использованием «цифровых следов» и алгоритмов машинного обучения, позволяющих анализировать неструктурированные текстовые и визуальные данные без проведения опросов (например: Al-Mosaiwi, Johnstone, 2018; Friggeri et al., 2014; Yardi, Boyd, 2010; Zollo et al., 2015). В-четвертых, исследования, в которых сбор данных организован как естественный эксперимент (Bakshy et al., 2012; Salganik, 2018) или, например, с помощью очков расширенной реальности (Paxton et al., 2015), смартфонов и планшетов (Dufau et al., 2011; Frank et al., 2013; Miller, 2012).

Сегодня большие данные все более активно используются не только в кибер- и медиапсихологии (Войскунский, 2017), но и в психиатрии, исследованиях памяти, внимания и зрительного восприятия (Jones, 2017; Mitroff et al., 2015), организационной и экономической психологии (George et al., 2014; Putka, Oswald, 2015; Schwab, Zhang, 2018).

Существует много программных систем для анализа графов: i2 Analyst's Notebook, Sentinel Visualizer, CrimeLink, Xanalys Link Explorer, Gephi, Tom Sawyer Software, Igraph, NetMiner4, Cytoscape, VisuaLyzer, Tulip, COSBILab, GraphViz, yED, aiSee, Visual Graph. Подробный обзор данного программного обеспечения дан нами в работе

(Чеповский и др., 2016). Для указанных систем визуального анализа графов характерны следующие недостатки: отсутствие платформенно-независимых решений, отсутствие собственных специализированных хранилищ, а также то, что системы не ориентированы на работу с графами больших размеров.

В последние годы появились отечественные обзоры по математическим методам анализа социальных сетей, включая и структурный анализ графов (Базенков, Губанов, 2013; Батура, 2012; Губанов и др., 2010). Отметим, что большинство работ посвящено моделированию информационных потоков и стандартным характеристикам структур графа. В ряде зарубежных работ (например: Ecker, 2017; Zamal, Liu, Ruths, 2012; Barberá, 2014) исследуются «графы друзей» социальных сетей. Но нам неизвестны работы, в которых анализируется граф взаимодействия в социальных медиа с учетом психологических характеристик объектов общения.

В отечественной литературе мало рассматриваются вопросы разработки эффективных алгоритмов выделения «сообществ» для графов реальных социальных сетей. Отечественный алгоритм EgoLP (Бузун, 2014) разрабатывался и тестировался на искусственных случайных графах в отличие от работ данного проекта, ориентированных на реальные графы социальных сетей. Алгоритм выделения сообществ в графах, основанный на двухуровневом кодировании информации при случайном блуждании и минимизации длины кодового слова (Чеповский и др., 2014), разработан членами коллектива данного проекта и является базовым вариантом алгоритма выявления соответствующих структур графа, включенного в программный комплекс AVS (Чеповский, 2016). Большинство алгоритмов выделения сообществ не предусматривают учет возможных значений атрибутов вершин и ребер графа, позволяют выявлять сообщества, основанные только на формальном взаимодействии объектов и не учитывают другие информационные и психологические характеристики объектов взаимодействия социальных медиа.

В настоящее время изучение общения в социальных сетях и создание моделей такого общения выделяется в самостоятельное направление междисциплинарных исследований, на уровне методологии объединяющее теории социальной психологии, теории графов, теории игр, теории марковских цепей, теории синтеза механизмов, теории многоагентных систем и др. (Губанов и др., 2009; Henke, 2009).

В основе данного направления лежит представление о том, что адекватное описание структуры социального пространства, в котором происходит распространение идей, позволяет объяснять и предсказывать особенности социальной активности человека (Albert, Barabási, 2002; Sieck et al., 2010). В качестве конкретных предметов исследования выступают такие процессы, как формирование мнения (Watts, Dodds, 2007; Wetzstein et al., 2011; и др.,), групповое лидерство (Bodendorf, Kaiser, 2010; Volpentesta, Felicetti, 2012; и др.). Исследуется проблема выделения индикаторов влияния (Esser, Spanier, 2005; Karpf, 2008; Vollenbroek et al., 2014). К сферам, в которых наблюдаются эффекты влияния на пользователей сетевых средств коммуникации, относятся: распространение информации, в том числе экспертной или представляемой в качестве таковой; распространение слухов; внедрение инноваций; рекомендации «друзей» и предоставление отзывов о продукте, формирование покупательского поведения и др. (Goyal et al., 2012).

В компьютерных науках наблюдается активный интерес к созданию моделей и рабочих средств выявления в текстах проявлений эмоциональной сферы личности автора. Исследования в данном направлении объединяются под названием Opinion Mining. Общая цель этих исследований – создание компьютерных систем для интеллектуального автоматического извлечения из текстов субъективной информации (мнений, оценочных суждений, аттитюдов, эмоций, чувств, верований и т. д.). Созданные системы Opinion Mining используются для автоматической оценки в режиме реального времени материалов электронных СМИ, дискуссионных форумов, сообщений блогеров и т. д. Одним из основных методов анализа, который широко используется в Opinion Mining для практических приложений, является Sentiment Analysis. С его помощью осуществляется автоматический анализ представленного в текстовых сообщениях отношения к какому-либо объекту (персоне, сообщению СМИ, событию, организации и т. д.) в терминах позитивных, негативных, нейтральных оценок, благоприятных и неблагоприятных мнений, количественных индексов и т. д. Существуют различные классы Sentiment Analysis, например: Dynamics Sentiment Analysis, Visual Sentiment Analysis, Large-Scale Sentiment Analysis, Deeper Sentiment Analysis, Online Sentiment Analysis, Multilingual Sentiment Analysis и т. д. Для реализации Sentiment Analysis в системах Opinion Mining используются следующие группы методов:

- Методы Natural Language Processing (NLP): Latent Semantic Analysis (LSA), в частности Probabilistic Latent Semantic Analysis (PLSA), Deep language analysis, Semantic Orientation Method, Semantic Structure Networks, «bag of words» и т. д.
- Методы Computational Linguistics – в частности, Pointwise Mutual Information method, Morphological analysis, Lexical relations analysis, системы автоматического машинного перевода для Multilingual Sentiment Analysis и т. д.
- Методы Text Mining: анализ соответствий, ассоциаций и т. д.
- Методы Automatic Text Analysis: Automatic Semiotic Analysis, Semantic Spaces Analysis и т. д.
- Методы математической статистики: Pattern analysis в Corpus-based approaches и Dictionary-based approaches, Hidden Markov Models, Bootstrapping Method, Gloss Classification method и т. д.
- Методы Artificial Intelligence: Text Understanding, Soft Computing, Affective Computing, Meaning-Based Computing (MBC), нейронные сети класса Support Vector Machines (SVM), Heuristic Rule Based Reasoning и т. д.

Самой известной на настоящий момент компьютерной программой, позволяющей оценивать эмоциональное состояние автора письменного текста, является разработанная Дж. У. Пеннебейкером (J. W. Pennebaker) программа Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC). Принцип работы этой системы заключается в определении частотности слов, принадлежащих к различным категориям: части речи и «тематические слова» (категории «негативный аффект», «позитивный аффект», «человек», «время» и т. д.) (Pennebaker, Campbell, 2000).

Очевидным образом при разработке средств анализа текстов на русском языке особый интерес представляют работы отечественных авторов. Примером технологии распознавания эмоциональной окрашенности (сентимента) текста на русском языке может служить продукт SentiScan (SemanticAnalyzer). Он реализован на основе сочетания методов, основанных на машинном обучении и статистике, и методов, основанных на правилах. Задача системы заключается в том, чтобы найти в тексте определенные объекты, выделить сентиментный контекст и распознать сам сентимент. Деятельность системы основана на словарях, состоящих из «полярных единиц» (прилагательных, существительных, глаголов, наречий), имеющих однозначное тональное значение – позитивное либо негативное.

При составлении словарей применялись методы машинного обучения. В процессе синтаксического анализа производится наращивание информации и статистики о сентиментном потоке (его силе и полярном окрасе – позитив либо негатив) и его направленности на целевой объект. Накопив информацию об отдельных предложениях, алгоритм переходит на уровень текста, на котором вычисляется финальная информация. В итоге алгоритм выносит вердикт по всему тексту: позитив либо негатив. Текст может быть также помечен и нейтральным флагом, если в тексте не было ни одной тонально окрашенной единицы либо синтаксического противопоставления или если в тексте был смешанный сентимент и неясно, что хотел сказать своим высказыванием автор.

Анализ русскоязычного сегмента Сети может опираться прежде всего на результаты исследований отечественных авторов. Осуществленные Г. Г. Матвеевой и ее сотрудниками (Манжелеевская, 2017; Матвеева, 1993; Матвеева, Самарина, Селиверстова, 2009; и др.) работы по исследованию возможности диагностирования личностных свойств автора по его речевому поведению привели к выделению направления под названием «скрытая прагмалингвистика», одним из ключевых понятий которого является так называемый «прагмалингвистический речевой портрет», носящий диагностирующий характер (Ломова, 2004; Оберемченко, 2011). В русле данного подхода описаны конкретные речевые особенности коммуниканта, характеризующие его готовность/неготовность к группированию и действию: личный план общения vs социальный или предметный план; категоричность утверждения; ирреальность vs действительность события и т. д. (Матвеева, Ленец, Петрова, 2013). Приемы частотного анализа позволяют создавать верифицируемые речевые портреты коммуникантов с использованием перечисленных категорий (Оберемченко, Манжелеевская, Друзьева, 2016). Для текстов на русском языке была предложена модель системы аналитического аннотирования ценностного и оценочного содержания публикаций СМИ (Зевахина, Олейникова, 2006). Ее основой послужили принципы и методы извлечения тезаурусных знаний из текста, разработанные Г. С. Осиповым и Б. Ю. Городецким. В работе Лутовиновой рассматривается виртуальный дискурс как текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, устанавливаются и описываются его конститутивные признаки, определяется текстовая специфика, строится типология жанров, устанавливаются и анализируются

базовые концепты, выделяются основные лингвокультурные типажи; отдельное внимание уделяется виртуальной языковой личности (Лутовинова, 2009).

Исследуются различные формы вербальной агрессии, циркулирующие в русскоязычной среде (Белоус, 2007; Воронцова 2006; Романов, Костяев, 2011; Седов 2004), в частности, такой имеющий очевидный деструктивный потенциал жанр речевого общения, как инвектива (Давлетшина, 2012; Жельвис, 2001; Коряковцев, 2009; Костяев, Романова, 2010).

Одним из основных показателей деструктивной дезориентированности личности является негативная аффективность речи. В исследованиях отечественных авторов показано, что аффективность проявляется в речи в ряде специфических признаков: доминировании значений отрицательной оценки и эмотивной лексики, абстрактности значений лексических единиц, ориентации на значения угрозы, помех и преград и т. д. (Блох, Суслова, 1996; Буянова, Нечай, 2006; Воронцова, 2006; Жельвис, 2001; Шаховской, 2008 и др.). Выделены особые маркеры, свидетельствующие о том, что аффективность речи превышает порог невротичности. В частности, показано, что невротическая форма аффекта коррелирует с семантикой агрессии и замкнутости, тревоги, а также с тенденцией избавления от эмоционального переживания; агрессивная форма аффекта имеет корреляции с конфигурацией пассивности и паратаксиса, тематикой силы, отрицательной оценки, ригидности; депрессивная форма аффекта обуславливает доминирование языковых форм со значением пассивности, статальности, абстрактность лексики, сочинительность связи в тексте и преобладание тем напряженности, пассивности, негативизма, вины, страдания и одиночества (Алмаев, Дороднев, Малкова, 2009; Додонова, 1988; Ремесло, 2007; и др.). Состояние болезненной тревожности как одного из проявлений эмоциональной, когнитивной и поведенческой неадекватности также находит свое выражение в использовании речевых средств: на лексическом уровне – в употреблении слов с абстрактным значением; на грамматическом уровне – в употреблении конструкций пассивного залога, а также в преобладании сочинительной связи в сложных предложениях; на текстуальном уровне – в снижении показателей семантической связности текста. Группа лингвистов из РГГУ, Института языкознания РАН и МГУ в сотрудничестве с психоневрологами Первого Московского государственного медицинского университета имени

И. М. Сеченова осуществила разработку способа психолингвистической диагностики невротических расстройств. Способ в заключается в том, что пациенту предлагают рассказать или написать 5–7 рассказов, затем строят представления риторической структуры этих рассказов и при средних значениях максимальной глубины риторической структуры более 8, степени ветвления более 88 и при встречаемости отношений «последовательность» и «консеквенция» менее 8, отношения «когнитивный источник» более 5, отношения «противопоставление» более 2 на 100 дискурсивных единиц текста диагностируют невротическое расстройство (Кибрик, Подлесская, 2009). Техника использования лингво-математических приемов для анализа патологических текстов предложена В. Э. Пашковским, В. Р. Пиотровской и Р. Г. Пиотровским. Авторы показывают эффективность применения при проведении лингвистической диагностики психических расстройств (шизофрении) таких статистических методов, как коэффициент Ципфа, коэффициент лексической упорядоченности текста Хердана, спектральное распределение Хайтуна-Тулдавы и др. (Пашковский и др., 2009). В лаборатории моделирования личности по тексту Воронежского регионального центра русского языка при ВГУ осуществляются проекты по диагностированию индивидуально-психологических особенностей автора текста на основе анализа численных значений формально-лингвистических параметров текста. Работы под руководством О. В. Загоровской, проводившиеся в целях автоматической обработки языка с помощью морфологического парсера фирмы Xerox, показали наличие устойчивых корреляций между некоторыми формально-грамматическими параметрами текста и характеристиками личности, диагностировавшимися с помощью Пятифакторного личностного опросника (Литвинова и др., 2015).

В связи с общим ухудшением речевой ситуации и ростом агрессивности коммуникативного пространства активно развиваются такие научные направления, как лингвоэкология, в рамках которой фиксируется рост интереса к изучению эмоционального компонента в актах вербальной деструкции, а также юрислингвистика, в сферу интересов которой входят, в частности, вопросы изучения конфликтного (инвективного, манипулятивного и агрессивного) функционирования языка. Для создания методов анализа общения в русскоязычном секторе социальных сетей важно то, что русскими лингвистами накоплен значительный объем верифицированных

на русскоязычных текстах результатов, до сих пор неиспользуемый в системах ИИ и компьютерной лингвистике. Так, в рамках социолингвистики описаны различные стратегии и тактики вербальной агрессии: возмущение, упрек, оскорбление, угроза, насмешка, колкость, демонстрация обиды, прерывание контакта, констатации некомпетености, злопожелания, а также соответствующие им лексические и структурные особенности речевого поведения (Т. А. Воронцова, И. Н. Горелов и К. Ф. Седов, В. И. Жильвис, О. С. Иссерс, Е. И. Шейгал, Ю. В. Щербинина и др.). В рамках юрислингвистического направления М. А. Осадчим (Осадчий, 2013) разработаны параметрические судебно-лингвистические модели установления речевых правонарушений. Лингвокогнитивный подход к речи реализуется, в частности, в исследованиях Р. К. Потаповой (Потапова, Комалова, 2013). Автор предлагает процедуру декодирования продуктов речевой деятельности на трех уровнях: семантическом, когнитивном и интерпретационном, что позволяет выявлять специфические черты дискурса.

Предлагаемый в настоящем проекте подход отличается от реализованных моделей привлечением аппарата методов искусственного интеллекта, позволяющего выйти за рамки относительно легко формализуемых компонентов текста (преимущественно лексических, грамматических и морфологических), и частотного анализа, которые выступают в качестве основных средств извлечения информации о состоянии автора текста в описанных моделях. В развиваемом нами когнитивном подходе к автоматическому анализу текста предполагается реализовать достижения лингвистики и компьютерных наук при опоре на методологию психологического анализа деятельности.

Корпусные исследования стали очень популярны в разных областях знаний, таких как психология, история, языкознание, социология, а также в библиотековедении и компьютерных науках (Bowker, 2018). Лингвостатистический анализ корпусов подразумевает составление частотных словарей и выявление статистических закономерностей в текстах. Статистический анализ формальных характеристик текста заключается в вычислении объема словаря, выявлении количества полнозначных и служебных слов, средней длины предложений и количества предложений в тексте, отношения числа глаголов к остальным частям речи и многого другого (Баранов, 2004). В диссертации Е. М. Чухарева анализируется корпус текстов из рус-

скоязычных чатов, содержащий также информацию об интервалах между последовательными нажатиями на клавиши (Чухарев, 2009). Автором был создан и размечен корпус спонтанной компьютерно-опосредованной коммуникации и предложены лингвостатистические критерии для проведения ее экспертизы. В статье (Каряева, 2015) описывается построение тезауруса предметной области на основе лингвостатистического анализа терминов из разных источников (энциклопедий и словарей). Предложен алгоритм на основе семантических метрик близости для автоматического распознавания взаимосвязи терминов. В работе (Ананьева и др., 2016) авторы предложили новый метод обнаружения противоправных текстов на основе набора признаков, сформированного с помощью лингвостатистического анализа текстов. В рамках исследования был сформирован список из 46 маркеров (лексических, семантических и психолингвистических) и проверена его пригодность для автоматического разделения текстов на противоправные и нейтральные.

Существует уже много платформ для анализа корпусов. Не все из них после появления продолжают развиваться и дорабатываться, многие позволяют работать только с одним национальным языком, другие требуют установки на сервер. Здесь представлены самые популярные и зрелые инструменты, которые можно установить на персональный компьютер или даже работать через браузер. Например, TXM – платформа с открытым исходным кодом для разметки и анализа корпусов текстов (Heide, 2010). Благодаря инструменту морфологической разметки текстов, TreeTagger, в TXM можно работать с корпусами на десятках языков, в том числе русском.

Все доступные функции можно поделить на поиск и статистику. К поиску относятся сфокусированный поиск (определение интересующего события, к примеру, появление некоторой словоформы/леммы/конструкции в корпусе) и несфокусированный/панорамный поиск (когда рассматривается корпус в целом, к примеру, выводится общий частотный словарь). Также доступны анализ конкордансов (легкий переход от частотного словаря к конкордансу и от конкорданса к тексту корпуса), совместная встречаемость, построение графика распределения той или иной леммы/словоформы по корпусу.

К статистическим функциям относятся специфичность (вероятность появления некоторой словоформы/леммы/конструкции в определенной части корпуса), факторный анализ (картография корпуса), который позволяет оценить, насколько сильно отличаются

друг от друга разные корпуса (в зависимости от задач исследования могут отличаться по жанрам/времени публикации и т. д.).

В TXM имеются предзагруженные корпуса на английском и французском языках. Платформа в целом не очень проста в использовании и требует понимания аппарата, который лежит за ее функциями. Она позволяет вводить запросы разной сложности: выбрать элемент из предложенного списка или же сформулировать запрос самостоятельно на языке R, а также задавать ограничения на поиск; работает максимально эффективно с корпусами объемом до 10 млн словоупотреблений.

Sketch Engine – зрелая коммерческая платформа для работы с текстовыми корпусами (Kilgarriff et al., 2014). Позволяет работать с текстами на 60 языках, а также содержит в себе предзагруженные словари и корпуса, в том числе параллельные, на этих языках. Sketch Engine дает возможность получать всю словарную информацию о грамматических формах, вариантах употребления и устойчивых выражениях, в которых встречается некоторое слово, а также выводить примеры из интересующего корпуса. К другим функциям относятся конкордансы, тезаурусы на основе общих употреблений (если два слова встречаются в похожих контекстах, значит понятия, которые они обозначают, тоже близки). В Sketch Engine поддерживаются запросы разной сложности, а также можно задавать ограничения на поиск. Через JSON API платформа позволяет обращаться к ней другим программам. Возможно сравнение корпусов и ключевых слов.

NoSketch Engine – это ограниченная версия Sketch Engine с открытым исходным кодом.

IMS Open Corpus Workbench – еще одна платформа для анализа корпусов (Evert, Hardie, 2011). Поддерживает поиск по леммам, частям речи, семантическим меткам и границам фрагментов, позволяет строить частотные словари, анализировать конкордансы, совместную встречаемость словоформ и многое другое. Платформа предназначена для продвинутых экспертов в анализе корпусов, поскольку обладает сложным интерфейсом и требует понимания моделей данных и языка запросов. Некоторые компоненты IMS Open Corpus Workbench используются и в других платформах, например, TXM.

Среди аналогов можно также упомянуть AntConc (Anthony, 2004), WordSmith (Scott, 2008), Manatee software (Rychly, Smrz, 2004), Concgram (Greaves, 2009), CQPweb (Hardie, 2012) и Monoconc/Paraconc (Barlow, 1999), большая часть из которых является коммерческими продукта-

ми. Данные платформы обладают разными функциями по подсчету статистики и выведению кратких сводок, анализу конкордансов, выделению ключевых слов и т. д. Некоторые обладают интуитивно понятным интерфейсом, что позволяет работать с ними широкой аудитории, даже школьникам (AntConc).

Инструменты, по которым был сделан обзор в настоящем разделе, незаменимы в таких областях, как лексикография, анализ дискурса, преподавание перевода, а также для разных языковых исследований. Однако многие из них имеют не очень удобный интерфейс и сложный язык запросов, что не позволяет быстро начать работу с ними и требует затрат времени на изучение инструмента.

Задача автоматического обнаружения дезинформации в сети решается последние несколько лет для разных типов текстов. Рассмотрим исследования в этой области на основе работы (Pisarevskaya, 2017). В работе Тома и Хэнкока представлен метод лингвистического анализа текстов для обнаружения поддельных профилей на сайтах знакомств (Toma, Hancock, 2012), в работе Кумара и Редди решается та же задача для профилей в социальных сетях (Kumar, Reddy, 2012), а в работе Отта и соавт. оценивается достоверность отзывов об услугах и продуктах (Ott et al., 2011). Несколько позже появились исследования по обнаружению ложных новостей. Выделяют три типа ложных новостей: серьезные измышления, крупномасштабные искажения фактов и шуточные фейки (Rubin et al., 2015a). Задача выявления дезинформации в новостях решается, как правило, комплексными методами на основе лексики, синтаксиса и семантики, гораздо реже применяется дискурс и прагматика – в связи со сложностью данных подходов (Rubin et al., 2015b).

На лексическом уровне можно выделить стилистические особенности (средняя длина слов, преобладание некоторой части речи и др.), что позволяет распознавать ложные новости на уровне 77% (Lex et al., 2010). Метод на основе так называемого мешка слов показал свою эффективность только для новостей, относящихся к некоторой предметной области (Ott et al., 2011).

Что касается синтаксического уровня, то здесь могут применяться вероятностные контекстно свободные грамматики (Feng et al., 2012), где фрагменты текста представляются в виде списка правил, описывающих синтаксическую структуру и дерево зависимостей. По категориям таких правил можно идентифицировать дезинформацию на уровне 85–91%.

Стоит также упомянуть недавнее исследование, в котором предлагается подход для автоматического определения достоверных и фейковых новостей на основе разных признаков: n-грамм, пунктуации, употребления местоимений, тональности сообщения, векторного представления слов и данных из DBPedia[1] – проекта по извлечению структурированной информации из материалов Википедии (Hardalov et al., 2016). Такой подход дает качество на уровне 75–99% на трех разных корпусах.

Некоторые из последних исследований посвящены дискурсивным различиям достоверных и вымышленных новостей и основываются в том числе на теории риторических структур (Rubin et al., 2015b). Моделирование векторного пространства позволяет предсказать, является ли конкретный материал ложным или достоверным, на уровне 63% для английского языка.

Хотя комбинированные подходы кажутся более перспективными, сравнивать результаты приведенных исследований сложно по причине использования разных корпусов. В одних работах исследовались серьезные измышления, в других – только искажения фактов и шуточные фейки.

Среди отечественных работ по данной тематике удалось найти в основном исследования гуманитарного характера, рассматривающие феномен «фейковых новостей» в целом, его причины, типы и методы борьбы (Суходолов, Бычкова, 2017). Делаются также и первые шаги по созданию методов автоматического обнаружения ложных новостей в сети. Так, в работе Некрасова и Романовой предлагается искать ложные новости на страницах Интернета с помощью нейронных сетей (Некрасов, Романова, 2017).

В работе Писаревской предпринималась попытка решить задачу обнаружения ложных новостей на русском языке на уровне дискурса (Pisarevskaya, 2017). За основу была взята теория риторических структур (ТРС) (Mann, Thompson, 1988) – структура дискурса в виде сетей дискурсивных единиц, соединенных семантическими отношениями. Для классификации текстов использовался метод опорных векторов (SVM) и классификатор на основе комитета деревьев принятия решений (Random Forest Classifier).

---

1 URL: http://wiki.dbpedia.org/about.

ГЛАВА 2

Дискурсивная реальность Интернета

Информационные технологии превратили наше время в эру Интернета, который стал едва ли не основным каналом коммуникации между людьми. Интернет приобретает статус сферы общения, диалогической среды, в которую перемещается значительная часть социальных отношений. Здесь возникают социальные связи, формируются группы, разворачивается внутри- и межгрупповое взаимодействие. Соединяя черты личного и публичного общения, коммуникация в Интернете формирует представления о мире, ценности, отношения, установки, личностную и групповую идентичность (Chau, Lee, 2017). Растет влияние выраженных в Интернете оценок и мнений относительно политической и социальной жизни общества (Кронгауз, 2014; Купрейченко и др., 2012; Павлова, 2016).

В развернувшихся междисциплинарных исследованиях Интернета получили распространение термины «виртуальное общение», «виртуальное пространство», которые подчеркивают в первую очередь технологический аспект, опосредованность интернет-коммуникации современными информационными технологиями (А. Л. Журавлев, Т. А. Нестик, А. В. Кирилина, М. А. Кронгауз, Е. И. Горошко и др.). Поскольку в психологическом плане Интернет – это в первую очередь человеческий феномен, интерес представляет описание дискурсивной реальности сети как феномена, конституируемого активностью и переживаниями интернет-пользователей.

Выявление важнейших характеристик дискурсивной реальности Интернета на основе существующих исследовательских подходов и накопленных данных составило цель настоящей работы.

Отражение социального взаимодействия в интернет-дискурсе

Есть все основания говорить об особом интернет-мире (Горошко и др., 2015), который создает условия для новых форм социального взаимодействия и имеет дискурсивную природу. В коммуникации пользователей, заходящих в Интернет для достижения самых разнообразных целей, формируется дискурс, отвечающий разделяемым правилам интерпретации и коммуникативным нормам (правилам вежливости, способам аргументации и пр.). Этот дискурс может оказаться включенным в более крупный дискурс, формирующийся на основе сходства мнений, коммуникативных позиций и пр. (Горина, 2015). Дискурс, опосредующий взаимодействие пользователей, постоянно трансформируется в соответствии с условиями коммуникации и меняющимся социальным контекстом. Он не только отражает и интерпретирует актуальные события, но и создает картину мира, которая транслируется в том числе и за пределы Интернета и, более того, служит источником коллективных действий (Theocharis et al., 2017).

Канадский философ и культуролог М. Маклюэн рассматривал вновь возникающие средства коммуникации как расширение личностного присутствия в мире. Сегодня через Интернет человек включается в различные сообщества, оставляя комментарии и информацию о себе, вовлекается во взаимодействие с собственной аудиторией. Каждый имеет возможность стать популярным автором контента или инициативы, выступить свидетелем события или профессиональным консультантом. «Мы быстро приближаемся к финальной стадии расширения человека вовне... когда творческий процесс познания будет коллективно и корпоративно расширен до масштабов всего человеческого общества» – слова, сказанные в 1964 г. (Маклюэн, 2003, с. 6), сегодня в полной мере применимы к описанию кооперативной, творческой среды мировой сети. Члены групп обмениваются знаниями, помогают и поддерживают друг друга, реализуют творческую активность, что отражается в разнообразии существующих онлайн-сообществ. При изучении последних обнаруживаются их универсальные характеристики: 1) общие цели, интересы, доступ к общим ресурсам, взаимопомощь, эмоциональная вовлеченность; 2) наличие связи с сообществами в реальной жизни (город, хобби, профессия и др.) или ее отсутствие; 3) внутригрупповые связи участников (Патаракин, 2017).

Вместе с тем неограниченное количество участников, их физическая удаленность друг от друга, возможность выйти из коммуникативного пространства в любой момент (или, наоборот, включиться в него) и пр. создают условия для нарушения коммуникативных норм и провоцирования конфликта (Воронцова, 2016). В сетевом общении реализуются специфические формы агрессивного поведения, такие как троллинг – провокация с целью вызвать негативные эмоции (Курьянович, 2018), флейминг – спор ради спора (Воронцова, 2016, O'Sullivan, 2003), кибербуллинг – травля в Интернете, когда оскорбления в адрес жертвы имеют неограниченную аудиторию читателей (Heirman et al., 2015). Напротив, отсутствие анонимности и премодерация сообщений способствуют реализации норм вежливости и взаимоуважения (Stroud et al., 2015). Однако исследователи приходят к заключению, что агрессивное поведение определяется в большей мере групповыми нормами, а значит, агрессия в сети также зависит от принятых правил и задается контекстом и коллективными установками, в том числе праймингом (Reicher et al., 2016).

Дискурсивная реальность Интернета открывает простор для реализации множества ролей. Несмотря на рост возможностей в использовании мультимедиа-инструментов, основным способом конструирования идентичности в интернет-коммуникации являются дискурсивные средства (Рыжков и др., 2016). Коммуникант как бы «овеществляет» свой образ выбором слов, изображений, ссылок, мультимедиа-контента, он проживает определенную роль, рассказывая истории и участвуя в диалогах (Chau, Lee, 2017). Одновременно в ходе коммуникации осуществляются интерпретация и осознание своих знаний и действий. Будучи участником нескольких групп, коммуникант «жонглирует» набором соответствующих идентичностей, которые выступают не статичным, а ситуационно заданным и постоянно развивающимся образованием (Chau, Lee, 2017). Нередко пользователи не столько стремятся раскрыть свою идентичность, сколько выборочно представляют свои характеристики, осуществляя выигрышную самопрезентацию (Дайнеко, 2011). С другой стороны, мир социальных сетей формирует условия для социальных сравнений, что обостряет чувства зависти и несправедливости, угрожающие позитивной идентичности личности. Под влиянием страха социальной изоляции транслируется идеальный образ себя и счастливой жизни (Krasnova et al., 2015). Отмечается, однако, что между

активностью в соцсетях и уровнем удовлетворенности жизнью нет однозначной связи; значение имеют наличие целей в жизни, личностные черты и многое другое (Lemay et al., 2019).

Картина мира в интернет-дискурсе

Коммуникативная активность в Интернете формирует дискурсивную реальность и в том плане, что задает картину мира и способ говорения о нем. Эта картина мира обнаруживается в тематических доминантах, наборе ключевых концептов, преимущественной интенциональной направленности, выборе конверсативных стратегий и тактик (А. А. Кибрик, Т. ван Дейк, Е. И. Шейгал, О. С. Иссерс, Н. Д. Павлова и др.). Выступая как постоянно изменяющаяся система смыслов, она выстраивается в соответствии с контекстом, интересами и ценностями коммуникантов и репрезентирует разделяемые ими модели концептуализации действительности. Несовпадение концептуализации, как и расхождения в том, в какой форме о тех или иных аспектах действительности принято говорить, может становиться причиной коммуникативных неудач.

Важно подчеркнуть, что картина мира складывается именно дискурсивно, как форма репрезентации явлений в ходе коммуникации пользователей (Дейк, 2013). В этой связи закономерен интерес к обсуждениям в социальных сетях и постсобытийному интернет-дискурсу, который приобретает кардинальную значимость в осмыслении опыта и создании образа мира в сознании (Н. К. Радина, Е. Н. Галичкина, Н. Д. Павлова и др.). Обнаруживается, что развертывание дискурса, содержание которого является откликом на значимое событие или сообщение о нем, неразрывно связано с оценочным осмыслением, причем негативная оценочность преобладает (Градосельская и др., 2015; Гребенщикова и др., 2018; Радина, 2016). Это касается как предмета обсуждения, так и протекания взаимодействия, что обусловливает выбор дискурсивных стратегий; в их числе ведущими оказываются стратегии самопрезентации, антагонизма в отношении чужой позиции, доминирования и пр. (Романтовский, 2015; Рыжков, 2016; Сидорова, 2011). В сравнении с исходным сообщением выявляются качественный сдвиг интенционального состава и изменение в процессе обсуждения основных референциальных объектов (Патаракин, 2017). Хотя различные виды постсобытийного интернет-дискурса (общеновостной, новостной городской и др.)

обладают спецификой, связанной с условиями функционирования (Гребенщикова, 2018), для него характерно значительное увеличение числа актуальных интенций субъектов общения с добавлением в ходе обсуждения негативных интенций (выразить возмущение, обвинить), а также интенций дистанцирования и демонстрации превосходства. Одновременно происходят трансформация референциальных объектов дискурса (замена, обобщение, размывание границ) и увеличение их числа – процесс, который также свидетельствуют о том, что события в дискуссии не только осмысляются, но и конструируются (Т. ван Дейк, А. А. Тарнавский, О. Г. Филатова, Т. А. Гребенщикова и др.).

При изучении вырабатываемых и воспроизводящихся в интернет-дискурсе способов концептуализации действительности и поведенческих моделей выявляются дискурсные структуры различного уровня (лексические формы, коммуникативные стратегии, контекстные импликации), которые имеют социальную и политическую обусловленность, транслируют этнические предубеждения, гендерные стереотипы (Т. ван Дейк, Е. И. Шейгал, В. И. Карасик, Р. Водак и др.). В этой связи важно отметить, что люди, как правило, не задумываются о вариативности дискурсивного отображения действительности. Сообщения, особенно касающиеся предметов, находящихся вне сферы личного опыта, воспринимаются как объективное отражение ситуации, что способствует закреплению определенной картины мира в сознании адресата (Латынов, 2013). При этом изменчивость современной жизни тоже находит отражение в интернет-дискуссиях, в содержании которых отмечаются тематические пики, относящиеся к значимым событиям. Со снижением актуальности тематики интенсивность обсуждения падает, что может служить индикатором социальных процессов (Кирилина, 2014). Было показано также, что описание событий в Интернете фиксирует психоэмоциональное состояние, отношения, ценности группы и личности, что дает ценный материал для психодиагностики (Девяткин, 2014).

Дискурсивное воздействие

Возможности Интернета в формировании дискурсивной реальности тесно связаны с оказанием психологического воздействия и особенностями функционирования информации. Самостоятельный отбор и сопоставление информации из разных источников повышают

личное доверие к ней, интерактивность и включенность в обсуждение происходящего (комментарии, лайки, репосты), создают ощущение участия в формировании мнений и представлений (Дайнеко, 2011; Купрейченко и др., 2012). В то же время представленность различных точек зрения формирует множественный образ действительности. Это открывает возможности манипулирования, в том числе и с помощью различного рода фейков или целенаправленной дезинформации. Зачастую особенности коммуникации в сети позволяют оставлять скрытым субъекта воздействия, а быстрое распространение информации способствует размыванию авторства, что снижает ответственность за достоверность информации и ставит проблему ее верификации (А. А. Морозова, Н. Ю. Клюева, Е. В. Якушина и и др.). Отмечается, что в интернет-дискурсе преобладают открыто субъективные суждения, ориентированные на провоцирование эмоционального отклика (Н. Б. Мечковская, А. В. Кирилина и др.).

Дискурсивную реальность Интернета формирует не только текстовая, но и аудиовизуальная и графическая информация. Используемые разномодальные эффекты создают ощущение присутствия, способствуют усилению субъективной достоверности информации, а разнообразные интернет-мемы, к которым могут относиться фразы, речевые клише или, как в случае демотиваторов, изображения с подписью, быстро передаются и «мгновенно и неожиданно» становятся популярными (Кронгауз, 2014). Они не только привлекают внимание и вызывают позитивную реакцию, но и вовлекают в коммуникацию, провоцируют дискуссии, способствуют групповой идентификации. Неречевые средства коммуникации (пунктуация, капслок, эмодзи и др.) служат заменой традиционных для взаимодействия «лицом к лицу» социальных подсказок и используются для передачи эмоционального состояния, емкого выражения позиции, усиливая воздействие на собеседника.

Сложность и многогранность тематики позволяют рассматривать Интернет как глобальный дискурс, включающий множество субдискурсов, охватывающих какую-либо смысловую зону (Горина, 2015). Взаимосвязанность таких субдискурсов значительно расширяет информационное пространство, но в то же время может способствовать целенаправленному воздействию путем «наложения одного субдискурса на другой, подачи одного субдискурса под видом другого» (там же, с. 151). Подобное дискурсивное воздействие меняет вос-

приятие информации и может влиять на поведение, как, например, в случае столкновения познавательно-развлекательного и коммерческого субдискурсов.

Заключение

Интернет можно рассматривать как глобальный дискурс, который задает концептуализацию и способы говорения о мире, формируя вариативную дискурсивную реальность, в которой открываются возможности как для позитивной идентификации, так и для провокативного поведения и манипулирования. Создаваемая в ходе коммуникации картина мира определяется целями авторов, принятыми в данном сообществе нормами, коммуникативным контекстом и др. Мультимедийность информации служит усилению эмоционального воздействия и групповой идентификации, а интерактивность и непосредственное участие в получении информации повышают доверие к ней. Отмечается рост влияния постсобытийного дискурса на общественные процессы, когда в ходе коммуникативной активности происходят осмысление реальности и трансформация представлений о ней.

ГЛАВА 3

Методологические проблемы исследования субъектности сетевых сообществ

Интенсивное развитие информационных технологий превратили наше время в эпоху Интернета. Современные социальные медиа становятся ведущим каналом коммуникации между людьми. В социальные сети перемещается значительная часть социальных отношений, в них возникают социальные связи, формируются социальные группы, разворачивается внутригрупповое и межгрупповое взаимодействие. В интернет-среде проявляются общие социально-психологические эффекты, ранее выделенные в процессе непосредственного внутригруппового взаимодействия: поляризация суждений, когда участники интернет-коммуникации стремятся искать подтверждение своим взглядам (Anderson et al., 2014), трансляция лидером норм поведения для своей группы (Hogg, Reid, 2016), SIDE-феномен (social identity deindividuation effects), согласно которому поведение личности обусловлено нормами, соответствующими идентичности, актуализированной в данном контексте (Postmes et al., 2014; Spears et al., 2011). Интернет-контент воспроизводит существующие этические нормы и правила его создателей, отражает традиционные установки и предпочтения данного общества (Soffer, 2013). Внутригрупповое взаимодействие в социальных сетях порождает новые специфические феномены: флейминг – намеренное нарушение норм общения в Интернете с целью вызвать негативную реакцию (O'Sullivan, Flanagin, 2003), кибербуллинг – травля, распространенная в среде подростков (Heirman et al., 2015) и др. Однако конкретно-психологические исследования особенностей коммуникации в Интернете не затрагивают методологические проблемы исследования социальных групп (сетевых сообществ) в среде Интернета. Проблема заключается в том,

что понимание объекта исследования (сетевого сообщества) базируется на различных теоретических представлениях о сетевом обществе в целом и именно они конституируют характер взаимодействий и отношений между участниками сетевого сообщества. Разнообразие представлений о природе сетевого сообщества приводит к неопределенности объекта исследования и, как следствие, порождает неопределенность предмета исследования. Определение субъектности сетевого сообщества как одного из ведущих свойств любой социальной группы приобретает при этом особую актуальность. В этой связи объект и предмет конкретного психологического исследования субъектности сетевого сообщества выступают предметом данного методологического исследования, а его целью является экспликация методологических проблем, определение объекта и предмета эмпирических психологических исследований сетевых сообществ и описание возможных путей их решения.

Проблема определения сетевого сообщества как объекта эмпирического исследования

При определении сетевого сообщества обычно указывают, что это группа людей, поддерживающих общение и ведущих совместную деятельность при помощи социальных медиа, реализованных в рамках подхода Web 2.0. При этом предполагается, что сетевые сообщества являются составной частью сетевого общества и несут в себе характерные для него атрибуты. Термин «сетевое общество» был введен Я. ван Дейком (van Dijk, 1991) и М. Кастельсом (Кастельс, 2016), однако природа сетевого сообщества понималась ими по-разному. Кастельс использовал понятие «сетевое общество» для того, чтобы показать определяющую роль компьютерных сетей в развитии современного социума и обосновать изменение общественных отношений развитием современных информационно-коммуникационных технологий. По Кастельсу, в современном мире сетевые принципы общественного устройства постепенно вытесняют иерархические, причем, если раньше сетевая организация была отображением внутренней структуры общества, то в новых условиях она становится сознательно внедряемой внешней структурой, ее формой. Сетевая структура представляет собой «комплекс взаимосвязанных узлов», причем «конкретное содержание каждого узла зависит от характера той конкретной сетевой структуры, о которой

идет речь» (Кастельс, 2004). Сами же сети – это «открытые структуры, которые могут неограниченно расширяться путем включения новых узлов, если те способны к коммуникации...» (Кастельс, 2004, с. 471). Если Кастельс утверждал, что базовыми ячейками общества являются сами сети, то ван Дейк считает основными единицами общества индивидов, несмотря на то что они все больше коммуницируют и объединяются в сообщества (van Dijk, 1991). По ван Дейку, в сетевом обществе люди все чаще организуют социальные отношения с помощью медиасетей, постепенно замещая или как минимум дополняя ими социальные коммуникации лицом к лицу. Массовое общество XX в. постепенно сменяется информационным обществом, которое основано не на коллективах, а на индивидах, связанных сетями. Сообщества становятся менее устойчивыми, виртуальными, взаимопроникающими, не имеющими четких границ. Вместо бюрократического вертикального управления обществом формируется горизонтально дифференцированная общественная структура. Но в отличие от представлений Кастельса (Кастельс, 2016), в сетевом обществе ван Дейка власть не перемещается в руки медиа, а остается за государством. Тем не менее обладание властью говорит о доступе к сетям и количестве связей внутри них.

В образной форме сетевое общество было представлено постструктуралистами Ж. Делезом и Ф. Гваттари как «ризома», в основе устройства которой лежат следующие принципы: соединения, неоднородности, множественности, незначащего разрыва, картографии и декалькомании. В соответствии с этими принципами любая точка ризомы может (и должна) быть присоединена к любой другой ее точке. Ризома не имеет исходного пункта развития, она децентрирована и антииерархична, ни одна из ее точек не имеет преимущества перед другой, при разрушении части ризомы она возобновляет свой рост, свое развитие – либо в старом направлении, либо по-новому; ризома включает в себя линии сегментарности, согласно которым она стратифицирована, означена, атрибутирована, территоризирована и детерриторизирована одновременно (Deleuze, Guattari, 1980). Фактически ризома и есть модель сети, где нет центра, где есть множество расходящихся в разных направлениях линий, обеспечивающих свободу перемещения.

В предельном варианте описание сетевого общества как некой сети представлено в акторно-сетевой теории Б. Латура. Согласно ей любой социальный феномен может быть описан при помощи мета-

форики сетей и потоков, позволяющей сопрягать социальное и материальное, смысловое и протяженное, темпоральное и пространственное (Latour, 2011). По сути, не-люди (nonhumans) рассматриваются в качестве действующих агентов в социальных системах и отношениях. Предложенный «материально-семиотический» подход предписывает рассматривать одинаковым образом отношения между вещами (материальный уровень) и понятиями (семиотический уровень).

Различные представления о «природе» сетевого общества порождают первую методологическую проблему конкретных психологических исследований сетевых сообществ – проблему объекта исследования. В качестве объекта исследования в рамках представлений Я. ван Дейка должны выступать отдельные участники сетевых сообществ, обобщенные характеристики которых будут описывать сетевое сообщество в целом. По Ж. Делёзу, Ф. Гваттари и М. Кастельсу, объектом исследования должны выступать социальные сети. Если придерживаться воззрений акторно-сетевой теории Б. Латура, то объектом исследования должны выступать не только участники сетевых сообществ, но и социальные сети, позволяющие им взаимодействовать, вероятно, в виде условий, ограничений и/или фасилитаторов опосредованного взаимодействия.

Другим аспектом данной проблемы является изменение характера взаимодействий и взаимоотношений в сетевом сообществе. Первоначально понятие «сообщество» (community) использовалось для описания группы людей, проживающих на одной территории. Теперь определение сообщества в основном связано с отношениями между людьми по поводу общих целей, интересов и потребностей, общих ресурсов, к которым члены сообщества имеют доступ. Для членов сообщества характерен общий язык, контекст общения. Общение и совместная деятельность участников сетевого сообщества поддерживается социальными интернет-сервисами, созданными в «идеологии» Web 2.0 как комплексного подхода к организации, реализации и поддержке Web-ресурсов. Для таких Web-ресурсов характерно, что контент генерируется пользователями, но модерируется администрацией сайта, что обеспечивает большую активность пользователей ресурсов и возможность изменять и улучшать интернет-сервисы. Пользовательский контент (посты, комментарии, лайки, фото, видеоролики и данные, полученные с помощью различных онлайн-взаимодействий) является основой социальных сетей

и сетевых сообществ. Посредством продуцируемого контента представлены и сами участники сетевого сообщества. Различают два типа участников: активные и переферийные. Активные участники регулярно вносят новый контент в веб-ресурсы сетевых сообществ. Периферийные участники вносят новый контент существенно реже и скорее оценивают его (ставят лайки, делают перепосты и т. п.), извлекая для себя что-то полезное (Soffer, 2013). Социальные сервисы Web 2.0. поддерживают персональные действия участников (заметки, аннотирование текстов, размещение мультимедийных файлов, лайки и т. д.) и их групповые взаимодействия – коммуникацию участников между собой. Примерами социальных сервисов являются социальные сети (Фейсбук, «В контакте» – VK); Вики (Wiki) – сайты (наиболее популярна Википедия, свободно распространяемая энциклопедия на всех языках, wikipedia.org); блоги, сервисы социальных закладок, мессенджеры, форумы.

Определение сетевого сообщества как множества людей, общающихся между собой при помощи сетевых сервисов Web 2.0 и выше не является достаточно четким, поскольку сохраняет неопределенность в отношении количества участников сообщества и их локализации. В науке о сетях (Network science) предлагается более корректное определение сообщества как группы участников, связанных между собою бóльшим числом связей, чем с участниками из других сообществ. При таком подходе сетевые сообщества определяются как локально плотно связные подграфы в сети, где отдельные участники – узлы, а их коммуникативные действия – ребра графа. «Сетевое» определение сетевого сообщества предопределяет приоритет сетевых характеристик в качестве объекта конкретного психологического исследования и парадоксальным образом умаляет оценку индивидуальных качеств участников сообщества при описании свойств сообщества в целом.

Проблема «субъектности» сетевого сообщества как предмета эмпирических психологических исследований

Существует несколько подходов к изучению субъектности социальных групп, в каждом из которых выделяется ключевое понятие подхода в целом: «совокупный субъект» (Ломов, 1984), «групповой субъект» (Брушлинский, 1994; Гайдар, 2013), «субъект совместной деятельности» (Брушлинский, 2014; Журавлев, 2005), «коллектив-

ный субъект» (Гайдар, 2013; Журавлев, 2000) и др. Именно свойства коллективного субъекта, которые могут иметь разный уровень выраженности, позволяют раскрыть механизмы формирования и функционирования сетевого сообщества как группы людей, взаимодействующих в социальных медиа, объединенных особыми связями и отношениями и способных к проявлению совместных форм активности и саморефлексии. Субъектность как феномен проявляется в различных формах совместной активности группы: совместная деятельность (трудовая, учебная, познавательная, игровая, развлекательная); внутригрупповое взаимодействие направленные на формирование или реализацию межличностных отношений, на установление коммуникаций, поддержание общения, групповое поведение (совместные действия, разные формы выражения групповых мнений, оценок и отношений), групповое самопознание (саморефлексия) и межгрупповое взаимодействие. Наиболее полно феномен субъектности на уровне групп раскрывается через анализ коллективного субъекта и такие его атрибуты, как взаимосвязанность и взаимозависимость, совместная активность, рефлексия (Журавлев, 2018).

Взаимосвязанность и взаимозависимость позволяет говорить о потенциальной субъектности, при которой социальная группа может еще и не проявлять совместных форм активности, но уже быть психологически готовой к ней. Субъектность как совместная активность обозначается как собственно субъектность и при этом подчеркивается главный смысл субъектности – проявление участниками сообщества совместных форм активности. Субъектность как групповая саморефлексивность применительно к естественным группам может рассматриваться как наиболее сложное состояние, проявляющееся в групповом самопознании с целью установления групповых норм, правил поведения, их самокоррекции, оценки возможностей группы в целом и т. п. А. Л. Журавлев предлагает рассматривать основные признаки субъектности сообществ как своеобразные уровни субъектности: от предъсубектности при выделении только взаимосвязанности и взаимозависимости участников сообщества до максимального проявления субъектности при наличии всех трех ее признаков – взаимосвязанности, совместной активности и саморефлексии.

Наиболее существенным проявлением субъектности группы является совместная деятельность. Соответственно, коллективный

субъект в процессе совместной деятельности может быть описан определенными характеристиками, раскрывающими возможности эффективного выполнения совместной деятельности, а именно: целенаправленность, мотивированность, целостность (интегрированность), структурированность, согласованность, организованность (управляемость), результативность (продуктивность), пространственные и временные особенности условий совместной деятельности коллективного субъекта (Журавлев, 2005). Коллективный субъект может быть охарактеризован свойствами, раскрывающими специфику внутрисубъектных (внутриколлективных, внутригрупповых) и межсубъектных (межколлективных, межгрупповых) отношений: сплоченность, совместимость, открытость, удовлетворенность, конфликтность, терпимость, устойчивость, доброжелательность, уважительность. В результате этого можно получить социально-психологический «портрет» коллективного субъекта отношений. При этом описание субъектности сообщества должно быть дополнено различными характеристиками общения, являющегося важнейшим проявлением коллективного субъекта: целенаправленность, контактность, замкнутость, уравновешенность, компетентность, комфортность и др. (Журавлев, 2018).

Описанные выше признаки субъектности социальных групп характерны для реальных сообществ, и их использование для описания и исследования субъектности сетевых сообществ сталкивается с некоторыми проблемами методологического плана. Так, существенной проблемой при исследовании субъектности сетевого сообщества является неопределенность его размера. Численность сетевого сообщества может колебаться от размеров малой группы до большой социальной (от нескольких человек в локальной группе Фейсбук или VK до нескольких тысяч фолловеров у популярных блогеров). Если размер сетевого сообщества соотносим с малой социальной группой, то и субъектность такого сетевого сообщества, вероятно, должна оцениваться в свойствах субъектности малых социальных групп, описанных выше.

При выделении большой социальной группы (БСГ) как объекта социально-психологического исследования количественных ограничений на ее размер не существует, однако важно, что такие группы имеют устойчивые ценности, нормы поведения и социально-регулятивные механизмы. Принято разделять БСГ на два вида по характеру межгрупповых и внутригруппых социальных связей.

В первом случае люди объединяются в группы по причине общности объективных связей, существующих независимо от их сознания и воли (сословия, социальные слои, этнические общности, профессиональные группы и т.д.). Во втором случае это группы, которые возникают в результате сознательного объединения людей (Дилигенский, 1975). Сетевые сообщества относятся именно ко второй из этих групп. Если размер анализируемого сообщества радикально увеличивается, то и свойства субъектности изменяются. Для больших социальных групп, рассматриваемых как коллективные субъекты можно указать следующие свойства: социальная инициативность и активность, социальная ответственность, высокая степень самоорганизации и самоуправления, навыки и опыт совершения согласованных групповых действий, относительная автономность, независимость и самодостаточность, открытость для внутригруппового или межгруппового взаимодействия и др. (Емельянова, Журавлев, 2009). При этом особо выделяют гражданское самосознание членов БСГ как особое субъектное качество, раскрывающееся в таких признаках, как: развитая гражданская идентичность, переживание потребности в принадлежности к какой-либо гражданской общности, чувство социальной защищенности вследствие принадлежности к гражданской общности, положительная социальная установка на активную общественную деятельность, потребность оказывать влияние на общественные процессы, уверенность в самой возможности повлиять на них и др.

Значительное количество сетевых сообществ соотносимо со средней социальной группой, размер которой находится в диапазоне от 30 до 900 человек. Но именно средняя социальная группа, по мнению А. В. Карпова, и реальность, связанная с ней, является недостаточно исследованной областью (Карпов, 2017). В малых группах функцию сплочения ее членов выполняет конформизм, в больших – эту роль играет психическое заражение. И это вполне согласуется с сетевой организацией сетевых сообществ. Однако в средних социальных группах главным механизмом организации выступает их иерархизация, что приводит к структурам, где в качестве базовых компонентов выступают не отдельные индивиды, а их «объединения» – подгруппы. В средних группах организационные процессы разворачиваются не на основе совокупности межличностных взаимодействий (как это происходит в малых и больших социальных группах), а на основе межгрупповых взаимодействий (Агеев, 1990).

Соответственно, средняя группа должна быть «проинтерпретирована не в качестве „сообщества индивидов“, а принципиально иначе: это „сообщество групп“, это „группа групп“, то есть, так сказать, группа „второго порядка“ и в этом смысле метагруппа» (Карпов, 2017, с. 59). Средние группы как правило создаются и функционируют в качестве средства и формы соорганизации индивидов, направленной на достижение конкретного общественно-значимого результата, следовательно, по отношению к ним более чем применим атрибут субъектности, особенно связанный с ее функционально-деятельностной стороной.

Свойства субъектности сообщества для малой, средней и большой социальной группы значимо различаются. Означает ли это, что и субстантивные свойства сообщества, в том числе характеристики его субъектности, будут меняться по мере изменения размера сообщества? Другими словами, проблема неопределенности размера сетевого сообщества усугубляется релятивизмом субъектности. Альтернативой такому положению дел может быть наличие особых свойств субъектности сетевых сообществ, сохраняющихся вне зависимости от размера социальной группы. Такие свойства вполне могут быть выявлены в ходе психологического анализа феноменов, присущих взаимодействию участников сетевых сообществ в социальных медиа. Часть феноменов относится к социальным сетям: троллинг, обсуждение Cute- и LOL-образов, FOMO-состояния, лайкофилия и гипертрофированная перформативность. Другая часть «сетевых» феноменов связана с коллективными онлайн-играми: собственно лудомания, гэмблинг-зависимость, Tilt-состояние и читинг.

Проблема непостоянства размера сетевого сообщества усугубляется тем, что одно и то же сетевое сообщество меняется во времени. Меняется не только его численность, но и состав, по крайней мере его периферия. О сетевом сообществе можно говорить только как о временном сообществе, существующем в определенный период времени. Конечно, и реальные сообщества меняются с течением времени, но в гораздо меньшей степени. Для описания характеристик сетевого сообщества требуется однозначная временная локализация. В связи с этим принято различать регулярную аудиторию сетевого сообщества (по периодам времени – сутки, неделя и т. д.) и абсолютную – всех тех, кто в нем зарегистрирован. Изучение субъектности сетевого сообщества на абсолютной аудитории вряд ли осмыслен-

но. А регулярная аудитория вполне может быть дополнена аудиторией, проявляющей активность по случаю, ad hoc.

Проблема идентификации участников сетевого сообщества

Еще одной проблемой методологического характера является проблема идентификации участников сетевого сообщества. При исследовании реальных сообществ обычно не возникает проблем с объектом исследования – это всегда отдельные люди, объединенные по разным признакам в исследовательские выборки. При исследовании сетевых сообществ вместо людей объектом исследования выступает совокупность аккаунтов, входящих в сетевое сообщество, и связанный с ними контент. При этом под аккаунтом понимается учетная запись в социальных медиа, содержащая данные о пользователе, необходимые для его аутентификации и предоставления доступа к его личным данным и настройкам. Предполагается, что за аккаунтом стоит отдельный человек, но возможно и наличие различных аккаунтов (и принципиально различных контентов) у одного и того же человека. Вполне возможен аккаунт, созданый группой людей и/или ботом. Некоторые социальные сети пытаются бороться с «подозрительными» аккаунтами. Так, например, Фейсбук время от времени сообщает об удалении «страниц» из-за «координированного недостоверного поведения» с обоснованием: «Фейсбук удалил несколько страниц в социальных сетях из-за „координированного недостоверного поведения“». Собственно о том, что иногда за аккаунтом стоит не отдельный человек, а некая группа, говорят и специфические виды деятельности по продвижению аккаунтов: анализ профилей и хэштегов, автопостинг, масслайкинг и массфолловинг. Использование мессенджер-маркетинга еще в большей степени затрудняет идентификацию контента отдельного человека как отражающую именно его взгляды и мнения.

Проблема идентификации в социальных медиа реальных людей и продуцируемого ими контента дополняется проблемой соотношения субъектности сообщества в целом и субъектности «цифровых следов» отдельных людей. Идентификация участников сообщества предполагает дальнейший анализ их контента и/или дополнительные исследования различных психологических качеств участников с последующей реконструкцией субъектности сетевого сообщества.

Дискурсивная парадигма изучения субъектности сетевого сообщества

Альтернативным подходом к изучению субъектности сетевого сообщества может быть путь анализа коммуникации сетевого сообщества без конкретизации отдельных участников. Собственно коммуникация является основополагающей характеристикой любого сообщества, и для сетевого сообщества это более чем актуально. При таком подходе объектом исследования является контент, связанный с аккаунтами посредством социальных медиа. Анализ коммуникации в этой системе – один из способов изучения особенностей сетевого сообщества. Дискурсивная парадигма исследования, предусматривающая изучение реальной коммуникативной практики в различных ситуациях и социокультурных контекстах (Дейк, 2013; Павлова, 2005; Павлова, Журавлев, 2007; Стернин, 2004; Harre, Stearns, 1995; Potter, 2011) в этой связи представляется наиболее адекватной.

Для дискурса сетевых сообществ характерна перманентная публичность, соединенная с интенцией осуществить выгодную самопрезентацию, при этом анонимное участие в групповом общении порождает повышенную вербальную агрессию (Ruiz et al., 2011; Santana, 2014). На материале новостных сайтов показано, что вовлеченность реальных персон в онлайн-общение оказывает более сильное влияние на комментарии, чем участие «неперсонализированных» представителей службы новостей под логотипом сайта: уровень вежливости и стремление к объективности в суждениях повышаются (Stroud et al., 2015). Подчеркивается, что форумы, где участники следуют нормам кооперативного вежливого общения, отличаются большей содержательностью, в этих условиях демонстрируется рост знаний, сближение противоположных взглядов, уменьшение разрыва между установками и поведением (Cappella et al., 2002; Fishkin, Luskin, 2005). Показано, что интернет-контент воспроизводит существующие этические нормы и правила его создателей, отражает традиционные установки и предпочтения данного общества (Soffer, 2013). Предпринимаются попытки описать и разработать условия для реализации норм кооперативного вежливого общения (Halpern, Gibbs, 2013; Ruiz et al., 2011; Stromer-Galley, 2007). Показано, что по сравнению с анонимной нерегулируемой коммуникацией наличие таких условий, как обязательная неанонимность, а также премодерация

сообщений, способствует реализации норм вежливости и взаимоуважения (Ruiz et al., 2011; Wodak, 2009).

Исследование дискурса сетевых сообществ связано с изучением реальной коммуникативной практики в разных условиях и социальных взаимодействиях. В рамках дискурс-анализа изучены практики, с помощью которых структурируются социальные и индивидуальные представления говорящих (Edvards, Potter, 1992; Harre, Gillet, 1994; Potter, Whetherel, 1987; и др.), оказывается воздействие и реализуется власть (Дейк, 1989; Шейгал, 2004; Чернявская, 2006; Wodak, 2009), организуется диалогическое взаимодействие собеседников и общение с аудиторией (Борисова, 2009; Иссерс, 2008; Китайгородская, Розанова, 2005).

Проблема исследования субъектности сетевого сообщества по дискурсу сводится к выделению адекватных дискурсивных признаков, связанных с теми или иными характеристиками субъектности. При этом возможно использование разноуровневых дискурсивных признаков (лексическо-грамматических, процессуальных и семантических), связанных с различными признаками субъектности сообществ разного размера. Остановимся на каждой из этих групп последовательно. Так, маркерами субъектности могут выступать многие лексические единицы, такие как лексика совместности, побудительные глаголы, парольные слова, жаргонная, обсценная, эмоционально-оценочная лексика и др. Крайне важны дискурсивные характеристики процесса коммуникации, разворачивающегося в ходе дискуссий: нарастание сходства обсуждаемых тем, наличие цепочек комментариев, их длина, пространность и пр. Среди процессуальных характеристик значимыми представляются характеристики, относящиеся к особенностям общения и выступающие важнейшим проявлением субъектности сообщества. Не менее значимое место в перечне дискурсивных характеристик субъектности занимают семантические категории, которые не получают конкретной формы реализации, но могут быть надежно идентифицированы экспертами по смыслу: способность следовать организационным и управляющим воздействиям, отображение группового образа цели, информирование о текущем состоянии дела или проблемы и пр. Использование дискурсивных признаков субъектности, на наш взгляд, позволит достаточно полноценно описать присущую сетевому сообществу структуру субъектности.

Хотя идея анализировать дискурс контента сетевого сообщества для оценки его субъектности и представляется правильной, ее ре-

ализация также наталкивается на специфические проблемы. Первая проблема – определение выборки контента, презентирующей субъектность сетевого сообщества. Контент с точки зрения его роли в коммуникации достаточно неоднороден: пост, репост, комментарии. Каждый из видов такого контента может вызывать разную степень одобрения (иметь разное количество лайков или совсем не иметь их), возможны неуместные посты и комментарии, посты не в тему, посты и комментарии, не соответствующие жанру основной дискуссии, разворачивающейся в сетевом сообществе. Проблема определения выборки репрезентативного контента может быть решена с использованием различных методов анализа дискурса: конверсативный анализ (H. Sacks, J. Heritage, E. Schegloff и др.) для выявления согласованности реплик (adjacency pairs и др.); критический дискурс-анализ (J. Potter, M. Wetherel, T. Van Dijk, R. Wodak и др.) для описания событий и фактов, групповых и межгрупповых отношений, самоидентичности; методы коммуникативной генристики (М. Бахтин, А. Вежбицкая, Б. Норман, С. Гайда, С. Дементьев, Т. Шмелева и др.) для оценки тематической однородности дискуссий. Дискуссия в нашем случае понимается буквально как «рассмотрение», «исследование» (от латинского слова discussio) некоторого «вопроса». Операционально в рамках контента сетевого сообщества под дискуссией понимают тред – «ветвь обсуждения», т. е. инициирующий пост и все возникающие «ветви» дискуссии в виде репостов, комментариев и комментариев на комментарии. При этом следует учитывать, что характер коммуникации в сетевом сообществе – это отсроченное взаимодействие, а «ветвь» дискуссии всегда ограничена во времени периодами, характерными для регулярной аудитории, либо значимым событием.

Оценка субъектности сетевого сообщества на основе анализа дискурса контента сталкивается с проблемой устойчивости. При этом устойчивость характеристик субъектности зависит по крайней мере от двух факторов. Первый фактор связан с устойчивостью проявления субъектности в неоднородном контенте в зависимости от характера разворачивающейся дискуссии и участия в ней различных участников. Второй фактор связан с устойчивостью субъектности сообщества в зависимости от социальных условий вне рамок сетевого сообщества. В реальных сообществах устойчивость различных социально-психологических характеристик сообщества, в том числе и субъектности, базируется на относительной устойчивости субъек-

тивного опыта участников сетевых сообществ, оцененного с помощью различных методик. В случае оценки сообщества по продуктам его деятельности (в нашем случае это анализ дискурса контента сетевого сообщества) устойчивость субъектности будет базироваться на субъективном опыте исследователей, осуществляющих интерпретацию эмпирических материалов, и квалифицированном выборе фрагментов контента для анализа. Выбор фрагментов контента для анализа субъектности существенным образом зависит от общей идеи о том, как субъектность проявляется в дискурсе сетевого сообщества. Можно высказать лишь несколько предположений о характере такого проявления субъектности в дискурсе сетевого сообщества:

1. Предполагается, что субъектность – атрибут любого сетевого сообщества и она так или иначе всегда проявляется в контенте. Оценивать субъектность сетевого сообщества в таком случае следует по частоте проявлений признаков субъектности, характеризующих ее уровень, с использованием различных мер центральной тенденции (арифметическое среднее, мода, среднее Тьюки и т. п.).
2. Субъектность как феномен присуща сообществу только в определенные периоды его существования, и возможна фиксация лишь ее «всплесков», поэтому следует оценивать максимальные проявления субъектности по разным дискурсивным признакам в разные периоды. Как вариант такого подхода можно рассмотреть субъектность сообщества в период с максимальной спонтанной активностью.
3. Субъектность проявляется как ответ сетевого сообщества на то или иное событие внешней социальной среды либо событие «внутренней» жизни сетевого сообщества. Субъектность в данном случае рассматривается как самопроизвольно разворачивающаяся активность, и ее оценка напрямую связана с точной локализацией события и созданием выборки контента, инициированным в ответ на значимое событие.
4. Сетевое сообщество как часть сетевого общества в определенной степени противопоставляется иерархически организованным структурам, и его отличительным признаком является разнообразие и многогранность связей между участниками сообщества. Это предполагает большее разнообразие проявлений различных

мнений и оценок. В этой связи, вероятно, и субъектность сетевого сообщества характеризуется разнообразием проявлений своих признаков, а частота этих проявлений играет второстепенную роль.

5. Для описания субъектности сетевого сообщества крайне важны его сетевые характеристики и анализ согласованности содержания контента. Субъектность сетевого сообщества при таком ракурсе рассмотрения – это субъектность наиболее связного узла в сообществе (ядра сообщества). Другим вариантом такого подхода может быть оценка субъектности сетевого сообщества по субъектности различного типа контента наиболее популярных участников.

Проведение конкретных социально-психологических исследований сетевых сообществ предполагает решение следующих проблем методологического характера:

1. Проблема объекта исследования свойства сетевых сообществ обусловлена различными представлениями о сетевом обществе, конституирующем характер взаимодействий и отношений между участниками сетевого сообщества. В качестве объекта исследования могут выступать отдельные участники сообществ, функциональные сети, презентирующие взаимодействие участников сетевого сообщества, и конкретные социальные медиа, определяющие характер взаимодействия в них. В любом случае объектом конкретного исследования выступает пользовательский контент, генерируемый участниками сетевых сообществ, и сведения о характере взаимосвязей аккаунтов.
2. Проблема неопределенности предмета исследования (субъектность сетевого сообщества), индуцирована неопределенностью размера сообщества. Значительный разброс в размере сетевых сообществ от малой до большой социальной группы и его спонтанные флуктуации не позволяют использовать характеристики субъектности реальных сообществ, непосредственно связанные с их размером.
3. Проблема идентификации участников сетевого сообщества предопределена представленностью участников сетевого сообщества, их аккаунтами и связанным с ними контентом.

Одним из подходов, частично снимающих указанные проблемы, может стать анализ коммуникации сетевого сообщества без конкрети-

зации отдельных участников. При этом объектом исследования будет выступать пользовательский контент, связанный с аккаунтами посредством социальных медиа, а дискурсивная парадигма исследования, предусматривающая изучение реальных коммуникативных практик в различных ситуациях и социокультурных контекстах, представляется наиболее адекватной. Субъектность сетевого сообщества в этом случае будет базироваться на проявлении дискурсивных признаков в пользовательском контенте, а ее оценка будет зависеть от верификации психометрической модели проявления дискурсивных признаков в характеристиках коллективной субъектности.

ГЛАВА 4

Жизнеспособность сетевого сообщества: теоретический анализ конструкта

Изучение психологического воздействия на примере феноменов киберпреследования позволяет расширить представления как о личностной и групповой уязвимости, так и о потенциале противодействия негативным влияниям, об индивидуальной и групповой жизнестойкости и жизнеспособности, а также об основах психологического благополучия и здоровья человека и современного общества в целом (Жизнеспособность человека..., 2016; Психологическое воздействие..., 2014). В рамках разработки проблемы субъектности сетевых сообществ, т. е. их способности выступать единым субъектом, объединенным общей целью и деятельностью, а также саморефлексией (Журавлев, 2018; Ковалева, 2019), проведен теоретический анализ конструкта жизнеспособность и близких к нему конструктов жизнестойкость, пластичность, антихрупкость, и впервые не только для сетевых сообществ, но и для исследований жизнеспособности в целом, сконцентрированных в основном на изучении человека, а из социальных групп – семьи (Жизнеспособность человека..., 2016), предложено его определение. Разработка понятия жизнестойкость может расширить понимание субъектности как целостного свойства большой социальной группы.

Несмотря на то что жизнеспособность является междисциплинарным интегративно-динамическим понятием, в изучении которого декларируется принцип целостности, необходимо отметить, что такой подход остается в основном не реализованным. В нашем анализе впервые по сравнению как с зарубежными, так и отечественными разработчиками, осуществлен анализ понятия с точки зрения всех возможных факторов, связанных с феноменом, и предложена интег-

ративная многофакторная модель жизнеспособности, включающая различные ее ресурсы и направления роста.

Впервые допускается факторная вариативность (профильность) жизнеспособности, т. е. достижение жизнеспособности с использованием различных ресурсов. Такой подход наиболее релевантен такому объекту исследования, как сетевые сообщества с их гибкой и динамичной структурой. Более того, можно предположить, что разным частям сообщества (ядру, ближней и дальней периферии) (Бреслер, 2014), а также всем сообществу или его отдельным частям на разных стадиях его жизненного цикла, будет свойственен разный уровень жизнеспособности. Это также согласуется с данным А. В. Брушлинским общим определением субъекта, как индивидуального, так и коллективного, под которым понимается «качественно определенный способ организации, саморегуляции, согласования внешних и внутренних условий активности, центр координации всех психических процессов, состояний, свойств, способностей, возможностей (и ограничений) личности соотносительно с объективными и субъективными (цели, притязания, задачи) условиями деятельности, общения и т. д.» (Брушлинский, 1999, с. 331).

В качестве класса психических явлений (феноменов), к которым можно отнести жизнеспособность сетевых сообществ, предлагается рассматривать ее и как свойство, и как состояние.

В первом случае жизнеспособность отражает такие качества группы, которые препятствуют возникновению внутреннего напряжения в сообществе, т. е. способствуют восприятию стресса как незначимого или менее значимого, чем активность.

Жизнеспособность как состояние предложено рассматривать как относительно стабильный в течение некоторого времени набор качеств, демонстрирующий реализацию соответствующего поведения членов сообщества – жизнестойкого (Леонтьев, 2006) (вовлеченного, контролируемого, принимающего риски), антихрупкого, пластичного, ориентированного на развитие, которое способствует активной совместной жизнедеятельности группы в целом.

Впервые разработан набор внутренних факторов жизнеспособности, к которым отнесены следующие: общая жизнеспособность (базовые признаки, связанные с существованием сетевого сообщества и его способностью к развитию); вовлеченность (+)/отрицание вовлеченности (–) (удовольствие от совместной жизнедеятельности (активности)/неудовольствие от совместности); контроль (+)/

отрицание контроля (убежденность членов сетевого сообщества, что совместная активность влияет на результат/переживание беспомощности от совместности); принятие риска (все, происходящее в сообществе, несет положительный опыт); пластичность (способность сетевого сообщества «переваривать» новое – члена сообщества, опыт, неудачу); устойчивость (способность восстанавливаться после проблем/трудностей); антихрупкость (способность становиться сильнее, лучше после трудностей); саморазвитие (развитие в соответствии с миссией).

Таким образом, новизна исследования заключается в том, что жизнеспособность как конструкт предлагается рассматривать не в ряду вышеназванных понятий и феноменов, а как интегрирующее образование, складывающееся из возможностей проявления каждого и учитывающее все ресурсы, «работающие» на нее. Проведена операционализация факторов и выделены дискурсивные признаки, которые планируется заложить в методику оценки жизнеспособности сетевых сообществ:

- общая жизнеспособность: признаки конструктивных межличностных взаимоотношений; позитивной групповой идентичности; взаимопомощи; групповых норм и ритуалов поддержки; ориентации на нормы сетевого сообщества; поддержки позитивных эмоций; обсуждения правил совместного принятия решений; групповой проспективной рефлексивности;
- вовлеченность (+)/отрицание вовлеченности (–): признаки удовлетворения совместными действиями, жизнью в целом/неудовлетворенности; солидарности/осуждения совместности; поддержки коллективных эмоций/их дискредитации; согласованной оценки событий/несогласованных откликов; удовлетворенности отношениями в сообществе/неудовлетворенности этим; интереса к совместной активности/отсутствия интереса; высказываний о счастливом случае, использованном шансе/наоборот; переживания значимости своего участия в жизни сообщества, своих действий в нем/наоборот;
- контроль (+)/отрицание контроля (–): признаки того, что вместе мы можем сделать больше/один может больше; разработки планов совместной деятельности; темы совместного будущего, возможности управлять им; того, что сетевое сообщество повышает компетентность, эффективность; уверенности, что компе-

тенции участников сообщества выше, чем в других сообществах; того, что благодаря сетевому сообществу возможно инициативное и активное вмешательство в события/участие в сообществе никак не влияет на положение дел; того, что участие в сообществе позволяет легче ориентироваться в окружающем;

– принятие риска: признаки обращения к групповому опыту совместной деятельности; готовности к активности, несмотря на трудности, отсутствие гарантий, комфорта; обсуждения высших ценностей; уверенности, что сетевое сообщество расширяет интересы, знания, опыт; оптимизма, переживания новизны; обсуждения результатов, пользы; лишений в прошлом; взвешивания за и против; анализа неудач, подчеркивания позитивного опыта;
– пластичность: признаки сообщений о том, что в сообществе рады любому, есть место тем, кто уважает ценности сообщества (мнения, взгляды, подходы) (но может иметь другие); спокойного обсуждения «инаковости» других; разнообразия аргументации в спорах; дискуссионного характера общения; отсутствия оскорблений; устойчивости к троллингу (игнорирования); шуточных споров и войн; разнообразия способов поддержки; креативности;
– устойчивость: признаки сообщений о восстановлении аккаунта; сообщений о возвращении кого-то в ленту; памяти о прошлых позитивных моментах и стремления к этому; ориентации на позитивное прошлое; копингов; установок на преодоление трудностей;
– антихрупкость: признаки непредвзятого обсуждения и принятия изменчивости окружающей среды; поиска новых возможностей; того, что участие в сетевом сообществе позволяет «быть в потоке»; призывов и следования установке на «открытость миру»; принятия разнообразных точек зрения; призывов и следования установке «необходимо максимальное разнообразие участников» и вовлечение в сообщество людей с альтернативными точками зрения; обсуждения «новых возможностей» без личной заинтересованности; критичности (подозрительности);
– саморазвитие: признаки самоэффективности – «у нас в сообществе есть все, чтобы стать лучше»; настойчивости – сообщения о том, что попытки осуществляются снова и снова; открытого обсуждения возникающих трудностей.

Проанализированы возможные диагностические ситуации, в которых может быть проведена оценка жизнеспособности сетевого интернет-сообщества. К ним относятся следующие: троллинг, потеря сообществом лидера (ядра сообщества), внешнее давление на сетевое сообщество (угрозы членам от значимых для сообщества персон, возможные усложнения интернет-общения, легализация пользователей), «необратимые» новостные события (события в своем финальном, негативном для ценностей сетевого сообщества качестве, например, санкции против олимпийской сборной для любителей спорта или патриотического сегмента социальной сети).

В частности, по ситуации троллинга у исследовательской группы имеется задел и опыт оценки дискурса сетевого сообщества Твиттера в этой ситуации (Воронин, Ковалева, 2019). Было показано, что тролль ярче других демонстрировал образ того, каким должно быть данное сообщество, как нужно защищать его границы, тролль более яростно «отстранял» участников дискуссии, апеллируя в том числе и к гражданской идентичности участников. Участники сетевого сообщества, в свою очередь, в большей степени наполняли свои твиты словами о следовании принятым групповым нормам и ценностям и указывали троллю на его языковую и понятийную несостоятельность в рамках данного сообщества. При этом часть участников дискуссии продолжала обсуждать совместную деятельность, в том числе и с троллем, тем самым поощряя развитие атаки. После атаки тролля в структуре субъектности сетевого сообщества было представлено большинство компонентов субъектности, за исключением «готовности действовать» и «языковой и понятийной идентификации». Выявлена наполненность твитов тролля маркерами субъектности, отражающими различия между «своими» и «чужими». Противодействие троллю осуществлялось в виде асимметричного ответа. Существенное изменение компонентного состава субъектности и незначимое снижение общей субъектности в результате атаки тролля в очередной раз подтвердило идею о своеобразной психометрике субъектности сетевых сообществ, основанной на приоритете разнообразия различных ее составляющих по отношению к уровню их проявления (Воронин, 2019): уровень субъектности сетевого сообщества зависит от разнообразия входящих в нее компонентов в большей степени, нежели от степени их выраженности.

ГЛАВА 5

Процессы психологического воздействия в социальных сетях

Возможности психологического воздействия в социальных сетях активно используются специалистами самых разных областей. Стоит отметить многочисленные кампании по предотвращению вредных привычек и пропаганде здорового образа жизни, широкое применение так называемого вирусного маркетинга, использование социальных сетей в политической борьбе (Laranjo et al., 2015; Moran, Muzellec, 2017; Thomas et al., 2018). Порой все это сопровождается различными эксцессами и скандалами. Например, можно вспомнить разгоревшийся в 2018 г. скандал, связанный с несанкционированным использованием данных пользователей Фейсбука компанией «Кембридж аналитика»[1]. Эти данные в дальнейшем использовались организаторами предвыборной кампании Д. Трампа для оказания персонализированного воздействия на избирателей в социальных сетях.

В ходе специально организованных пропагандистских и рекламных кампаний удается успешно изменять убеждения, аттитюды и поведение людей в самых разных сферах. В частности, речь идет об улучшении отношения к конкретному политику, товару или бренду (Hong, Cameron, 2018; Ismagilova et al., 2019). Посредством воздействия в Интернете достигается и коррекция поведения (как в плане побуждения к совершению некоторых действий, так и, напротив, их прекращения) (Thomas et al., 2018; Yang, 2017).

Приводить к изменению аттитюдов и поведения людей могут и спонтанно возникшие процессы распространения информации в Сети (Borah, Tellis, 2016). Речь, в частности, идет о так называемых «огненных смерчах» (firestorm), ситуациях, при которых та или иная

1 URL: https://www.rbc.ru/business/25/04/2020/5ea3a15d9a7947fedeb4fed1.

ошибка компании порождает нарастающий поток сообщений негативного плана в социальных сетях, приводящий к ухудшению отношения потребителей к компании или бренду как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе (Hansen et al., 2018).

Широкая востребованность социальных сетей как канала психологического воздействия обусловливает все возрастающий интерес к этой проблематике со стороны ученых. Можно выделить несколько направлений ее изучения: анализ процессов изменения мнений людей по различным вопросам в реальной жизни, проведение экспериментов по выявлению роли различных характеристик субъектов, объектов и средств воздействия как факторов эффективности воздействия в социальных сетях, создание различных моделей данного феномена (Ismagilova et al., 2019; Jager, 2017; Laranjo et al., 2015).

В рамках изучения данной проблематики нами разработана модель, обобщающая и структурирующая многообразные закономерности психологического воздействия в социальных сетях. Эта модель состоит из трех блоков (частей): 1) подходы-основания модели; 2) элементы модели; 3) закономерности, описывающие взаимосвязи между элементами модели. Предложенная модель включает как общие закономерности воздействия, так и их частные варианты, зависящие от конкретных особенностей субъектов, объектов и ситуации воздействия. Такая многоаспектная модель позволяет достичь понимания того, какие факторы и насколько сильно определяют эффективность психологического воздействия в социальных сетях.

Теоретические основания модели психологического воздействия в Интернете (ПВИ)

Рассмотрим теоретические подходы, положенные нами в основу нашей модели. Эти подходы можно разделить на две группы: индивид-ориентированные, группо-ориентированные. Индивид-ориентированные подходы направлены на понимание особенностей реагирования отдельного человека (пользователя), столкнувшегося с потоком информации в социальных сетях. Прежде всего следует упомянуть модель вероятности систематической обработки информации (ELM) Р. Петти и Дж. Качоппо (Petty, Brinol, 2008). В ее основе лежит представление о наличии двух способов обработки информации, используемых людьми при анализе поступающих сообщений: систематического и эвристического.

При систематическом способе обработки информации человек размышляет над поступившей к нему информацией, соотносит ее содержание и доводы оппонента с собственными убеждениями и знаниями. Эвристический способ предполагает применение специальных правил (эвристик), основанных на ярко выраженных и очевидных признаках ситуации воздействия, что делает излишним детальный анализ сообщения («мнению специалиста следует доверять», «большинство всегда право»). Как правило, систематический анализ приводит к более выраженному и устойчивому изменению аттитюдов по сравнению с использованием эвристик (Petty, Brinol, 2008). Выбор систематического или эвристического способа определяется мотивацией, способностями и возможностями человека – объекта воздействия.

Модель вероятности систематической обработки информации все чаще используется при изучении различных феноменов психологического воздействия в Сети: эффектов интернет-рекламы (Azhari, Oktavia, 2019), особенностей реагирования людей на сетевых агентов, основанных на технологиях искусственного интеллекта (Hong et al., 2020).

Еще одним индивид-ориентированным подходом, который мы использовали при разработке нашей модели, является теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера (Festinger, 1962). Когнитивный диссонанс – это состояние (психологический дискомфорт) индивида, вызванное конфронтацией в его сознании противоречащих друг другу представлений, аттитюдов, поведенческих или эмоциональных реакций. Как свидетельствуют исследования, стремление людей поддерживать внутреннюю согласованность убеждений и аттитюдов является важным фактором, который необходимо учитывать при объяснении эффектов воздействия в социальных сетях (Knobloch-Westerwick et al., 2015). Теория когнитивного диссонанса хорошо объясняет наличие у пользователей социальных сетей склонности к подтверждению своей точки зрения и тенденции отдавать предпочтение такой информации, которая согласуется с их позицией (Garrett, 2009; Jeong et al., 2019).

При построении модели психологического воздействия в социальных сетях использовалась также теория «ментальных моделей», развивающая сходные с теорией когнитивного диссонанса идеи согласованности и взаимосвязанности представлений людей (Busselle, 2017). Согласно этой теории, человек не просто сохраняет поступа-

ющую к нему информацию об окружающем мире в виде набора разрозненных фактов, но строит на ее основе целостную и относительно непротиворечивую картину реальности (Ecker et al., 2011). Новая информация интегрируется в уже имеющийся у него образ мира, дополняя или уточняя его.

Теория «ментальных моделей» продемонстрировала свою продуктивность, например, при объяснении эффектов, связанных с воздействием недостоверной информации на представления людей, и попытках ее опровержения (Chan et al., 2017; Walter, Murphy, 2018). Даже если такая информация потом признается недостоверной, ее «удаление» из картины мира оказывается непростой задачей. Простого указания на то, что тот или иной факт не соответствует реальности, как правило, бывает явно недостаточно, чтобы человек изменил свою ментальную модель. Для ее коррекции требуются как новые факты, так и обоснование необходимости исключения недостоверной информации из модели и замены ее на достоверную.

Третья группа индивид-ориентированных теорий, используемых при построении нашей модели, затрагивает проблему сопротивления воздействию. В рамках этих теорий изучаются факторы и механизмы, препятствующие изменению убеждений, аттитюдов и поведения людей в случае оказания на них воздействия (Campbell, Kirmani, 2008; Wojdynski, Evans, 2020). В многочисленных работах по данной тематике исследуются мотивационные, процессуальные и результативные аспекты сопротивления психологическому воздействию (Amazeen, Bucy, 2019; Lewinski et al., 2016).

Среди теорий, ориентированных на анализ мотивационных аспектов сопротивления воздействию, следует отметить модель знаний о воздействии М. Фристэда и П. Райта (Friestad, Wright, 1994). Согласно ее положениям, люди непрерывно обновляют и расширяют свои знания о целях и приемах психологического (прежде всего рекламного) воздействия. Постоянно сталкиваясь с рекламой, они научаются распознавать, анализировать и запоминать подобные попытки воздействия. Как правило, в тех случаях, когда знания о воздействии активируются, эффективность рекламы снижается (Wojdynski, Evans, 2020). Это связано с тем, что рекламное сообщение начинает подвергаться тщательному и внимательному анализу.

Модель знаний о воздействии активно используется для объяснения самых разных эффектов психологического воздействия в Интернете. Например, при изучении закономерностей распростране-

ния в Сети видеороликов, касающихся различных брендов (Choi et al., 2018), анализе эффективности нативной (естественной) рекламы в блогах (Van Reijmersdal et al., 2016), исследовании отношения пользователей к персонализированной рекламе (Walrave et al., 2018).

Рассмотрим процессуальные аспекты сопротивления воздействию. Установка на сопротивление воздействию особым образом организует активность человека – объекта воздействия, что проявляется в определенных эмоциональных, поведенческих и когнитивных реакциях. Эти реакции могут объединяться в целостные системы, получившие название стратегий сопротивления воздействию (Pfau et al., 2004). Использование той или иной стратегии зависит от степени социальной приемлемости стратегии этапа осуществления воздействия.

Что касается результативного аспекта сопротивления психологическому воздействию, то, как показали исследования (Johnson et al., 2019; Walter, Murphy, 2018), склонность людей придерживаться имеющихся у них убеждений и аттитюдов зависит от:

- индивидуальных особенностей людей (наличие таких черт, как догматизм и консервативность усиливает сопротивляемость воздействию, а открытость опыту – ослабляет);
- значимости для человека темы, которую затрагивает убеждающее сообщение (чем более значимы тема, тем сложнее изменить связанные с ней убеждения и аттитюды);
- характера темы (например, корректировать убеждения и аттитюды, касающиеся медицины, оказалось легче по сравнению с теми, что связаны с политикой или маркетингом);
- уверенности человека в своих убеждениях и аттитюдах (чем больше человек уверен в своем аттитюде, тем труднее его изменить;
- амбивалентности аттитюдов (т. е. наличия как позитивного, так и негативного отношения к одному и тому же объекту); чем амбивалентнее аттитюды, тем они более податливы к изменениям.

Итак, выше были рассмотрены подходы, в которых человек – объект воздействия понимается как некоторая самостоятельно мыслящая и обособленная от других людей персона, ориентированная на формирование непротиворечивого представления об окружающей действительности. Переходя далее к группо-ориентированным подходам, отметим, что для более полного и глубокого понимания

эффектов психологического воздействия в социальных сетях недостаточно индивид-ориентированных подходов. Дело в том, что мотив принадлежности к группе, как неоднократно было показано, оказывает существенное влияние на подверженность человека психологическому воздействию (Wood, 2000). Желание соответствовать групповым нормам, разделять популярные среди членов группы взгляды часто приводит к отторжению информации, поступающей от источников, находящихся вне группы (Чалдини, 2010). Исследования показали, что групповая принадлежность пользователя является важным фактором эффективности воздействия в социальных сетях (Bonetto et al., 2019; Sohn, Choi, 2019).

Поэтому модель психологического воздействия в социальных сетях также интегрировала подходы, ориентированные на анализ социальной идентичности человека и его включенности в различные социальные группы. В данном отношении следует отметить работы по изучению закономерностей воздействия большинства/меньшинства в условиях группы (Crano, Seyranian, 2007). Сравнение особенностей влияния большинства и меньшинства на аттитюды членов группы выявило существенные различия между ними. Воздействие большинства вызывает, как правило, быстрые (хотя нередко преходящие и нестойкие) изменения аттитюдов, связанных с темой воздействия непосредственно. Под влиянием же меньшинства обычно изменяются аттитюды, связанные с обсуждаемой темой лишь косвенно. Если же имеет место изменение мнения, касающегося непосредственно обсуждаемого вопроса, то оно носит отсроченный характер.

Роль социального окружения рассматривается также в рамках подхода, изучающего так называемых лидеров мнения, т. е. людей, к чьим суждениям по тем или иным вопросам прислушиваются окружающие. Это понятие было введено в научный обиход довольно давно в связи с появлением «двухстадийной гипотезы распространения информации» (Katz, Lazarsfeld, 1955). Данный подход пережил второе рождение с развитием социальных сетей и блогосферы. Исследования показали, что во многих случаях люди полагаются на мнения популярных в Интернете личностей. Их влияние касается как процессуальных аспектов интернет-коммуникации (начало и регулирование дискуссий), так и содержательных (формирование представлений о различных событиях, товарах, личностях и т. п.) (Winter, Neubaum, 2016). Факт наличия в Интернете лиц с повышенным по-

тенциалом влияния активно используется в маркетинговых целях: для продвижения и создания позитивного образа бренда (Gulamali, Julia, 2017; Moran, Muzellec, 2017).

Структурные составляющие модели

Рассмотрев научные подходы, послужившие основой для построения модели психологического воздействия в социальных сетях, перейдем к анализу ее структуры. Данная модель включает такие элементы, как субъект воздействия, объект воздействия, средства воздействия, эффект воздействия, контекст воздействия.

Субъект воздействия – лицо или группа лиц, оказывающих психологическое воздействие, т. е. целенаправленно или невольно изменяющих поведение, когнитивную и эмоциональную сферу других людей посредством передачи знаковых сообщений. В качестве характеристик субъекта воздействия, значимых в плане эффективности воздействия, чаще всего рассматриваются кредитность (компетентность, надежность) и привлекательность (Johnson et al., 2019). Важным является и такой параметр как гомогенность (гомофилия), т. е. близость социально-демографических, психологических и других характеристик субъекта и объекта воздействия (Taylor et al., 2018).

Объект воздействия – лицо или группа лиц, на которых психологическое воздействие направлено и изменение чьих психологических характеристик стремится вызвать субъект воздействия. Отметим, что во многих случаях (особенно в ситуациях межличностного общения) разделение субъекта и объекта воздействия весьма условно: каждая из взаимодействующих сторон попеременно становится то субъектом, то объектом воздействия, предпринимая усилия по изменению психологических характеристик другого.

Как неоднократно было продемонстрировано, многочисленные характеристики объекта воздействия оказывают влияние на эффективность воздействия (Brinol, Petty, 2019). Список этих характеристик весьма широк и включает, в частности, пол, возраст, интеллект, самоуважение, черты личности, эмоциональное состояние. Среди личностных черт, значимых в данном отношении, следует упомянуть экстраверсию, тревожность, самомониторинг, открытость опыту, доминантность и др.

Средства (*приемы, стратегии*) *воздействия* – тот набор символов, при помощи которого оказывается психологическое воздействие.

В качестве средства воздействия могут выступать весьма разные образования: речевое сообщение (от кратких, в одно-два слова, просьб или приказов до развернутых и аргументированных дискурсов), совокупность речевых и неречевых стимулов (например, рекламный ролик), сложные комплексы, объединяющие большое количество речевых сообщений и других символических образований (предвыборная или иная пропагандистская кампания).

Предложены многочисленные классификации средств воздействия (Латынов, 2013). В их основании, как правило, лежат психологические механизмы, с помощью которых конкретное средство воздействует на психику людей. Рассмотрим некоторые из них, наиболее часто используемые в экспериментальных исследованиях. Так, принято различать приемы, основанные на логике и фактах, и приемы, связанные с индуцированием определенных эмоций (страха, радости и др.) (Gough et al., 2017). Наиболее часто среди эмоциональных приемов изучается апелляция к страху. Еще одним вариантом классификации является разделение на приемы, делающие акцент на выгодах и приобретениях от выполнения некоторого действия, и приемы, напротив, подчеркивающие потери и негативные последствия в случае невыполнения рекомендации (Gallagher, Updegraff, 2011).

Можно различать так называемое традиционное или убеждающее (включающее некоторый тезис и поддерживающие его аргументы) воздействие и воздействие нарративов (повествований о взаимосвязанных событиях, представленных в виде последовательности слов или образов) (Green, Brock, 2000). Для объяснения эффектов воздействия нарративов предложен ряд концептуальных подходов, наиболее известный из которых – теория транспортации (ibid.).

Еще один вариант классификации средств воздействия реализован М. Каптейном с соав. (Kaptein et al., 2012, 2015). В его основу были положены выделенные Р. Чалдини принципы психологического воздействия (Чалдини, 2010). Всего им было сформулировано шесть принципов воздействия: взаимность («ты – мне, «я – тебе»), обязательность и последовательность (стремление к последовательности в действиях); социальное доказательство (согласие с мнением большинства), авторитет (желание подчиняться ответственным людям), симпатия (склонность соглашаться с теми, кто нам нравится), дефицит (желание того, что может быть недоступно). Каптейн

с соавт. использовали четыре из них, выделив такие стратегии воздействия, как *последовательность, социальное доказательство, авторитет, дефицит*.

Эффекты воздействия. Если обратиться к современным исследованиям психологического воздействия в социальных сетях, то в них, как правило, изучаются следующие виды эффектов воздействия: когнитивные (изменение мнений – opinion – и убеждений – belief), эмоционально-оценочные (изменение аттитюдов и появление разного рода эмоций), интенциональные (изменение поведенческих интенций, т. е. намерений выполнить некоторое действие) и поведенческие (Bilancini et al., 2020; Ismagilova et al., 2019). Среди поведенческих можно выделить два варианта: эффекты, касающиеся изменения поведения в реальной жизни (например, человек бросил курить после проведения антитабачной кампании в социальной сети), и эффекты, связанные с так называемым сетевым поведением (просмотры, лайки, комментарии и т. п.). В последнее время эффекты сетевого поведения все более активно изучаются и рассматриваются как вполне легитимные при анализе эффективности различных пропагандистских кампаний (Gough et al., 2017; Laranjo et al., 2015).

Вышеперечисленные виды эффектов воздействия могут рассматриваться на уровне отдельного индивида (пользователя), на уровне группы (например, как изменилось распределение мнений по некоторому вопросу в группе после оказания воздействия), а также на уровне аудитории социальной сети в целом. При изучении эффектов воздействия необходимо принимать в расчет длительность их существования, а также возможность появления такого феномена, как «эффект спящего», при котором результат воздействия появляется не сразу, а с течением времени.

Необходимость выделения различных эффектов психологического воздействия в социальных сетях обусловлена тем, что для каждого конкретного эффекта результативными могут быть свои специфические средства воздействия. Хорошим примером в данном отношении может служить исследование Э. Гоф с соавт. (Gough et al., 2017). Они изучали сравнительную эффективность размещаемых в сети «Твиттер» четырех типов сообщений, затрагивающих вопросы защиты от солнечного излучения и профилактики рака кожи. Эти типы сообщений условно были названы: «шок/отвращение» (акцент на негативных эмоциях), «юмор» (акцент на позитивных эмоциях), «информирование» (использование статистических

данных), «конкретика» (использование историй о конкретных людях). Их эффективность оценивалась по трем критериям: количество просмотров сообщения; количество так называемых активных просмотров, при которых сообщению давались оценки, его комментировали или репостили; количество репостов (т. е., помимо включения в категорию «активные просмотры», репосты выступали и в качестве самостоятельного критерия).

Оказалось, что в зависимости от того, какой критерий эффективности использовался, менялась сравнительная эффективность сообщений. Так, при таком критерии, как просмотры, самым эффективным оказались шок-сообщения, а самыми неэффективными – юмор-сообщения. Больше всего активных просмотров было для юмор-сообщений, а меньше всего – для такого их типа, как «информирование». И, наконец, чаще всего репостили сообщения информирующие, а реже всего – те, что были основаны на личных историях. Как мы видим, используемый критерий способен весьма сильно изменить оценку эффективности того или иного средства воздействия.

Следует отметить, что нередко обнаруживаются весьма сложные закономерности, касающиеся эффектов воздействия. В качестве примера приведем работу Дж. Эверетта с соавт. (Everett et al., 2020). Эти ученые исследовали сравнительную эффективность воздействия трех видов аргументов на поведенческие интенции, касающиеся затрудняющих распространение коронавируса действий (мытье рук, избегание мест массового скопления людей и др.). По сравнению с утилитарными (апеллирующими к личному благу) и «добродетельными» (призывающими «быть хорошим человеком») наибольшую эффективность продемонстрировали так называемые деонтологические (апеллирующие к чувствам гражданской ответственности и долга) аргументы. Кроме своего воздействия на интенции людей – объектов этого воздействия, деонтологические аргументы вызывали еще один эффект. Оказалось, что человек, использующий такие аргументы, начинал восприниматься окружающими как более надежный и заслуживающий доверия в сравнении с тем, кто апеллировал к личной выгоде. Таким образом, мы наблюдаем интересную закономерность: характер аргументации, используемый человеком для оказания воздействия, влиял не только на интенции людей – объектов воздействия, но и на их представления о лице, которое воздействие осуществляло.

Контекст воздействия – совокупность характеристик, не относящихся прямо к субъекту или объекту воздействия, однако влияющих на выбор, реализацию и эффективность используемых средств воздействия. Многие характеристики окружающего мира могут иметь значение в данном отношении: пространственно-временные и социальные параметры ситуации, групповые, социальные и культурные нормы и т. п.

Взаимовлияния структурных элементов модели

Перейдем к третьему блоку модели психологического воздействия в социальных сетях, в котором рассматриваются взаимосвязи между ее элементами. В соответствии с предложенной моделью можно выделить четыре группы факторов эффективности психологического воздействия в Интернете: характеристики субъекта воздействия, особенности средств и контекста воздействия, характеристики объекта воздействия. К первой группе факторов относятся такие *характеристики субъекта воздействия,* как кредитность (компетентность и надежность) и привлекательность (Moran, Muzellec, 2017; Reichelt et al., 2014). Было показано, что чем сильнее выражены эти характеристики, тем больший эффект вызывает психологическое воздействие (Ismagilova et al., 2019). Так, опровергнуть недостоверную информацию будет сложнее, если она поступала из пользующегося доверием источника (Walter, Murphy, 2018).

Помимо характеристик субъекта воздействия, важную роль в эффективности воздействия в социальных сетях играют различные *особенности средств воздействия.* К значимым в данном отношении особенностям относятся: содержательные аспекты аргументации (т. е. психологические механизмы, лежащие в основе воздействия конкретного средства на психику людей), сложность и количество поддерживающих некоторый тезис аргументов, степень учета в них индивидуальных особенностей объекта воздействия, количественные и временные параметры осуществления воздействия.

Было проведено значительное количество исследований, ориентированных на выяснение того, какие способы аргументации (психологические механизмы воздействия) наиболее эффективны (Johnson et al., 2019). Самые современные из них довольно часто затрагивают тему пандемии коронавируса. Так, ученые постарались выяснить, что сильнее побуждает людей выполнять рекомендованные прави-

ла борьбы с коронавирусом: подчеркивание личной выгоды от такого поведения (рекомендации следует выполнять для того, чтобы не заразиться) или заботы о других людях (рекомендации следует выполнять для того, чтобы не заразить других) (Capraro, Barcelo, 2000; Jordan et al., 2020; Lunn et al., 2020). Было обнаружено, что наибольшую эффективность демонстрировали приемы, основанные на активации чувства эмпатии и заботы о ближних.

Еще одним приемом, эффективность которого неоднократно изучалась, является апелляция к страху. При его использовании рекомендация человеку изменить свое поведение сочетается с указанием на опасности и вред, которые человек нанесет себе, если не последует совету. Неоднократно была продемонстрирована его эффективность при решении самых разных задач коррекции поведения (Heffner et al., 2020; Tannenbaum et al., 2015).

Как мы уже отмечали, в последнее время повышенный интерес ученых вызывают психологические эффекты воздействия нарративов. Неоднократно было показано, что нарративы способны успешно изменять аттитюды, интенции и поведение людей в самых разных областях (Ballard et al., 2020; Shen et al., 2015; Vafeiadis et al., 2020). Особенно эффективным оказывается воздействие нарративов в аудиальной и визуальной форме. Ощутимые различия эффективности нарративов наблюдаются в отношении цели воздействия (т. е. типа поведения, которое стремятся изменить с их помощью) (Liang, Tukachinsky, 2017). Например, нарративы весьма успешно побуждают людей к проведению диагностики возможных нарушений здоровья и выполнению мер профилактики, однако оказываются неэффективными при попытках заставить людей отказаться от вредящих здоровью форм поведения (Shen et al., 2015).

Интересная закономерность была обнаружена С. Зебрегсом с соавт. (Zebregs et al., 2015). Эти ученые, проанализировав результаты 15 исследований, выяснили, что сообщения, основанные на фактах и статистических данных, были более эффективны при изменении убеждений и аттитюдов людей, а нарративы – при воздействии на их интенции.

На выраженность сетевых эффектов воздействия во многом влияют особенности восприятия сообщений пользователями (Kumar, Shah, 2018; Pérez-Rosas et al., 2017). Например, проведенный С. Восоги с соавт. анализ показал, что оценки новизны и оригинальности фейковых сообщений были выше, чем оценки сообщений с до-

стоверной информацией (Vosoughi et al., 2018). А поскольку люди, как правило, более склонны распространять новую и оригинальную информацию (Berger, Milkman, 2012), то неудивительным выглядит широкое распространение именно фейков, обнаруженное этими авторами. Кроме того, такие сообщения вызывали специфические эмоциональные реакции: удивление, страх и отвращение (для сообщений с достоверной информацией наиболее характерными были печаль и радость).

Наряду с качественными особенностями средств воздействия (какой именно психологический механизм лежит в основе их действия) важную роль в плане эффективности воздействия играют их количественные (прежде всего временные) характеристики. Так, показано, что частота повторения сообщений, содержащих недостоверную информацию и время, прошедшее между ее появлением и опровержением, оказываются важными факторами, которые необходимо принимать в расчет при коррекции несоответствующих реальности представлений людей (Ecker et al., 2015). Чем больше это время и чем чаще недостоверная информация повторялась, тем слабее оказывается действие опровержения.

Эффективность воздействия в Сети во многом зависит от *психологических характеристик людей, на которых оно направлено* (Lukin et al., 2017). Как мы уже отмечали, значимыми являются их самые разные особенности (интеллект, ценности, личностные черты, психологическое состояние и др.).

Например, обнаружена взаимосвязь таких черт, как добросовестность, дружелюбие и открытость опыту с подверженностью аргументам, основанным на эмоциях (ibid.). Апеллирование к эмоциям эффективно действовало на экстравертов, а логические аргументы — на лиц с высокими баллами по нейротизму (Wang et al., 2019). Особенно высокая эффективность так называемого вирусного маркетинга отмечалась у пользователей с повышенной восприимчивостью к социальному влиянию (Stockli, Hofer, 2020). Значимым фактором, определяющим реакции людей на приходящую к ним информацию, является когнитивный стиль. Установлено, что чем более аналитичен человек, тем лучше он различает правду и ложь и тем менее подвержен воздействию недостоверной информации (Bronstein et al., 2019).

Г. Чен с соавторами, используя для прогноза личностных черт их лексические корреляты, показали, что эффективность реклам-

ных сообщений в Твиттере зависит от личностных особенностей его получателей (Chen et al., 2015). Если тип сообщения был конгруэнтен личностным особенностям пользователей, то значительно возрастала (более чем в два раза) вероятность их перехода на рекламируемый сайт.

Возможности личностно-ориентированной рекламы были продемонстрированы в серии исследований, выполненных в рамках проекта MyPersonality.org (Matz et al., 2017). Для получения информации о личностных особенностях респондентов использовался такой вид цифровых следов как «лайки» (мне нравится). Затем им предъявлялись четыре варианта рекламных сообщений (для интровертов и экстравертов, для лиц с высокой и низкой открытостью опыту), а также проводилась оценка эффективности воздействия этих сообщений. Максимальная эффективность воздействия достигалась в случае совпадения личностных особенностей и типа сообщения, т. е. в том случае, когда, например, экстраверты получали сообщение, текст и визуальный ряд которого наиболее соответствовал, по мнению ученых, этому личностному типу. Следует отметить, что в качестве критерия эффективности рекламы использовались как клики (в случае конгруэнтных сообщений их количество возрастало на 40%), так и данные о продажах рекламируемых товаров (рост на 50%).

Несколько иной подход к персонализации воздействия был реализован в серии исследовании М. Каптейна с соавт. (Kaptein et al., 2012, 2015). У этих ученых основой для создания персонализированных рекламных сообщений послужили не данные о личностных чертах пользователей, а информация об их подверженности различным стратегиям воздействия.

Каптейн и соавт. использовали четыре принципа (стратегии) воздействия: авторитет, дефицит, социальное доказательство, последовательность (Kaptein et al., 2012). На первом этапе они выявляли, действию какой стратегии подвержен человек. Для этого использовался как эксплицитный способ (респондент заполнял специальный опросник), так и имплицитный. Его суть состояла в следующем: человеку направлялось несколько электронных писем с рекламой, каждое из которых содержало свой вариант стратегии воздействия. Те стратегии (письма), на которые он откликался, и считались наиболее действенными в отношении него. В дальнейшем для воздействия на этого человека использовались именно такие стратегии. Экспериментальная проверка этого подхода продемонстрировала обнадежи-

вающие результаты. Исследования показали, что использование персонализированных стратегий повышает эффективность воздействия как на аттитюды, так и на поведение людей (Kaptein et al., 2012, 2015).

Оригинальный и весьма перспективный в плане маркетингового применения подход к прогнозированию личностных черт был реализован Д. Рингбеком с соавторами (Ringbeck et al., 2019). В качестве оснований для прогноза использовались разнообразные характеристики веб-серфинга при посещении интернет-магазина (количество кликов, время, затрачиваемое на просмотр различных страниц, характер просматриваемого содержания и др.). Подобный подход позволил с высокой точностью спрогнозировать как черты «Большой пятерки», так и другие личностные особенности (потребность в познании, потребность в возбуждении, рационализм). Такой вариант использования цифровых следов весьма перспективен в плане применения в электронной коммерции. Разработанный алгоритм позволяет осуществлять диагностику личностных особенностей посетителей электронного магазина непосредственно в процессе его посещения. Собранная таким образом информация может быть использована для достижения самых разных целей: от оценки потребительских предпочтений и выдачи персонализированных рекомендаций до изменения дизайна посещаемых страниц в соответствии с личностными особенностями посетителей.

В качестве переменной, влияющей на эффективность воздействия, может выступать и наличие у объекта воздействия предвзятости, т. е. склонности к подтверждению собственной точки зрения, иногда даже в ущерб точности и адекватности своих представлений о мире (Garrett, 2009). Она проявляется в тенденции отдавать предпочтение такой информации, которая согласуется с позицией человека. Важно понимать, что наличие у человека такой психологической особенности не означает, что он вообще не обращается к информации, противоречащей его позиции. Речь скорее идет о некотором дисбалансе, перекосе в сторону внимания к фактам и мнениям, совпадающим с позицией человека (Knobloch-Westerwick et al., 2015).

Если обратиться к результатам эмпирических исследований, мы увидим, что хотя они и подтверждают существование этой когнитивной установки, однако степень ее выраженности не является критической.

Так, в работе С. Кноблох-Вестервик с соавт. с высокой степенью значимости ($p = 0{,}001$) подтвердилось положение о существовании

предвзятости (Knobloch-Westerwick et al., 2015). Однако если посмотреть на абсолютные значения показателей, послуживших основой для подобных выводов (время просмотра сообщений), то различия составили всего около 5%: респонденты тратили на чтение сообщений, поддерживающих их позицию, 191,4 с, а на чтение «противоречащих» – 181,6 с. В другом исследовании различие абсолютных величин было несколько бóльшим: время просмотра «поддерживающих» сообщений – 31,1 с, «противоречащих» – 18,7 с (Sude et al., 2019). Однако, как мы видим, интерес к мнениям оппонентов все равно присутствовал.

Как свидетельствуют исследования, эмоциональное состояние человека, мнение или поведение которого пытаются изменить, оказывает существенное влияние на эффективность воздействия (Латынов, 2013). Под влиянием эмоций человек начинает специфическим образом оценивать предъявляемые ему аргументы в поддержку той или иной позиции. Эмоции влияют и на когнитивную активность человека в ситуации воздействия – важный фактор, лежащий в основе большинства современных теорий воздействия (Johnson et al., 2019).

Контекст воздействия также способен влиять на эффективность воздействия. Значимыми в данном отношении могут быть, например, кросс-культурные особенности. Так, обнаружена кросс-культурная специфика реагирования людей на различные типы сообщений, которые они получали в процессе так называемой онлайновой вом-коммуникации (e-WOM (word of mouth) communication) – обсуждения в Сети информации, касающейся товаров и услуг (Park, Jeon, 2018). Степень влияния на эффективность их воздействия широкого спектра факторов (качества аргументов, компетентности и привлекательности автора сообщения, стиля подачи материала и др.) различалась у представителей различных этносов (Budzanowska-Drzewiecka, 2020; Teng et al., 2017).

Показано, что эффективность различных приемов воздействия, используемых для изменения мнений и поведения людей, связанных с пандемией, зависела от этапа ее развития (Jordan et al., 2020). Происходило, например, возрастание эффективности приемов, основанных на мотиве личной выгоды. По-видимому, это было связано с тем, что по мере захвата пандемией все большего количества населения у респондентов происходило осознание личной уязвимости, что, в свою очередь, повышало «откликаемость» человека на апелляции к личной выгоде и безопасности.

Обсуждая тему факторов эффективности воздействия в социальных сетях, обязательно следует упомянуть о метааналитических исследованиях, интегрирующих результаты большого количества работ. Такие исследования позволяют оценить, насколько сильно тот или иной фактор влияет на эффективность воздействия. Подобный метаанализ, например, был проведен на материале исследований так называемой онлайновой вом-коммуникации (Ismagilova et al., 2019). В результате факторы были разделены на три группы по степени влиятельности на эффективность воздействия: сильно влияющие (качество аргументации, валентность, полезность вом-коммуникации для пользователя), средне влияющие (кредитность вом-коммуникации, эмоциональное доверие, отношение к сайту, на котором размещено вом-коммуникативное сообщение), слабо влияющие (оценка кредитности пользователя, разместившего конкретное сообщение).

Обсуждая различные аспекты психологического воздействия в Интернете, нельзя не затронуть проблему «вариативности» результатов исследований. Речь идет о том, что закономерности, обнаруженные в одних работах, не выявляются в других. Нередко случается и так, что это имеет место в рамках одного исследования. Мы уже сталкивались с таким явлением в работе Э. Гоф с соавт., когда рассматривали факторы эффективности воздействия (Gough et al., 2017). Приведем еще один пример. С. Кноблох-Вестервик с соавт. изучали, какое влияние на эффективность воздействия оказывал тип посылаемых сообщений (Knobloch-Westerwick et al., 2015).

Исследование проводилось на материале отношения к четырем видам новых технологий: биотопливу, фрекингу (гидравлическому разрыву пласта, увеличивающему нефтедобычу), нанотехнологиям, генетически модифицированным продуктам. Сообщения различались следующим: а) были они «за» или «против» определенной технологии и б) каким образом обосновывалась ее поддержка (или критика) – статистическими данными или ссылками на конкретные примеры из жизни. Использовалось два критерия эффективности воздействия: длительность времени просмотра сообщения и изменение отношения к новой технологии. Оценка отношения к вышеуказанным технологиям проводилась дважды: до начала эксперимента и после его окончания. В ходе самого эксперимента участники просматривали на интернет-сайте специально подобранные статьи, касающиеся новых технологий.

Проведенное исследование показало, что люди предпочитали (т. е. дольше просматривали) те сообщения, которые поддерживали их изначальную позицию по поводу той или иной технологии. Просмотр только таких, «поддерживающих», сообщений приводил к изменению аттитюдов, касающихся технологий. Следует отметить, что эти изменения проходили только в направлении упрочения аттитюдов: изначально позитивное отношение к определенной технологии становилось еще более позитивным.

Посмотрим, насколько универсальный характер носит эта закономерность. Для этого постараемся выяснить, действует ли она в случае а) всех четырех исследуемых новых технологий и б) обоих типов используемых в исследовании сообщений («цифровых» и основанных на примерах).

Оказалось, что влияние на изменение аттитюдов «поддерживающих» сообщений имело место лишь для двух (фрекинг, биотопливо) из четырех новых технологий. В отношении типа сообщения также наблюдалась локальность результатов: рассматриваемая закономерность обнаруживалась только при использовании «цифровых» сообщений, совпадающих с позицией реципиента.

Таким образом, при детальном (применительно к различным новым технологиям и видам сообщений) анализе результатов исследования обнаруживается «локальность», казалось бы, универсальной закономерности. Как мы видим, имеет место своеобразная «матрешка» закономерностей, при которой на первый взгляд универсальная закономерность (самая большая матрешка) включает в себя множество более частных (более мелких матрешек).

Обнаруженная вариативность результатов значима в двух отношениях. Во-первых, в научно-исследовательском плане наличие таких «матрешек» закономерностей свидетельствует о существовании какой-то неучтенной переменной (или переменных), что ставит задачу ее/их выявления и изучения влияния на процессы воздействия. Во-вторых, понимание того, что та или иная закономерность локальна и действует только в определенных ситуациях, важно в плане прикладного применения психологических данных. Это позволяет составить четкое представление о возможностях и ограничениях тех используемых на практике приемов воздействия, которые основаны на выявленной закономерности.

Раздел II

АНАЛИЗ СУБЪЕКТНОСТИ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ

ГЛАВА 6

Концептуализация феномена субъектности сетевого сообщества с использованием метода обоснованной теории

Несмотря на существование различных подходов к анализу субъектности реальных социальных групп (Гайдар, 2013; Емельянова, Журавлев, 2009; Журавлев, 2018; Карпов, 2017; Ломов, 1984), феномен субъектности на уровне сетевого сообщества как группы людей, поддерживающих общение и ведущих совместную деятельность при помощи социальных медиа, является малоизученным и неконцептуализированным. Субъектность является ключевой психологической характеристикой сообщества и проявляется в различных формах совместной активности его членов: совместная деятельность, внутригрупповое взаимодействие, групповое поведение и групповое самопознание. Наиболее полно феномен субъектности на уровне групп раскрывается через анализ коллективного субъекта и таких его атрибутов, как взаимосвязанность и взаимозависимость, совместная активность, рефлексия (Журавлев, 2018). С учетом того, что субъектность сетевого сообщества преимущественно проявляется в его дискурсе, который формирует сообщество, опосредует взаимодействие его членов, транслирует установки и ценности, применение метода обоснованной теории, базирующегося на анализе текстов и предлагающего генерацию теории из эмпирического «поля» (Бусыгина, 2015, с. 61), представлялось наиболее адекватным для теоретической концептуализации субъектности.

Обоснованная теория создается, развивается и верифицируется путем систематического сбора и анализа данных, относящихся к изучаемому феномену, не предполагая априорных схем. Аналитическая процедура складывается постепенно в ходе работы исследователя, в зависимости от того, «в какой точке пути к концептуальному

обобщению он находится сейчас» (Бусыгина, 2015, с. 309). В рамках обоснованной теории разработана методика многоступенчатого кодирования анализируемых текстов, предложены способы последовательного обобщения данных и формирования на их основе теоретических концептуализаций (Страусс, Корбин, 2001). Сформулированный нами основной исследовательский вопрос: «Как субъектность сетевого сообщества проявляется в его дискурсе?» – потребовал идентификации всех понятий, относящихся к данному феномену в ситуации интернет-коммуникации и раскрытию связей между ними (там же). Существующие на сегодняшний день представления о субъектности социальных групп давали ориентиры для обнаружения ее компонентов в дискурсе сетевых сообществ и для выявления ее специфики в новом исследовательском контексте.

Метод и материалы

Исследовательские методы

Для построения концепции субъектности сетевых сообществ и разработки методики ее оценки был использован вариант обоснованной теории Б. Глезера, предполагающий многоступенчатое кодирование данных (Glaser, 1992). Выделение первичных описательных кодов (дискурсивных маркеров) осуществлялось путем психолингвистического анализа текстов с последующим избирательным кодированием до ядерных категорий. Верификация ядерных категорий субъектности осуществлялась с использованием многомерного шкалирования дискурсивных маркеров по характеристикам субъектности, использующимся для оценки субъектности различных коллективных субъектов. Коррекция структуры субъектности осуществлялась путем теоретического кодирования на завершающих этапах построения «обоснованной теории».

Эмпирический материал

Материалом анализа стали фрагменты дискурса 15 сетевых сообществ: 1) группа «Синие ведерки» в Фейсбуке, площадка для обсуждения проблем равноправия и нарушения прав граждан на российских дорогах; 2) оппозиционный политический форум; 3) форум водителей атомобилей Ford; 4) сообщество с лидером на странице Фейс-

бука журналиста и кинокритика А. Долина; 5) групповой чат в Телеграме «Прогрессоры», посвященный отношениям между людьми и личностному росту; 6) группа в VK «Страдающее Средневековье», площадка для обсуждения «боли, страдания и унижения в средневековом мире и современной России», 7) твиты и комментарии двух тредов дружеского общения в Твиттере; 8) сообщество «Архнадзор» в Фейсбуке, которое объединяет граждан, желающих способствовать сохранению культурного наследия Москвы; 9) закрытый коллективный блог «Лепрозорий», имеющий свою мифологию и своеобразные правила; 10) сообщество «Киномания» в Фейсбуке, площадка для обсуждения и просмотра фильмов; 11) сообщество любителей игры «Detroit: Become Human»; 12) сообщество художников-любителей в VK; 13) сообщество мастеров кукол на BJDClub; 14) сообщество «Крыса не подарок» на «Пикабу»; 15) сообщество поиска пропавших с помощью нейросетевой программы «Лакмус» на «Лиза-Алерт».

Статистические методы анализа данных

В процессе теоретического кодирования осуществлялся кластерный анализ данных субъективного шкалирования дискурсивных маркеров (Hierarchical Cluster Analysis, способ измерения расстояния – Squared Euclidian distance, метод кластеризации – Between-groups linkage). Для верификации краткого перечня дискурсивных маркеров субъектности использовались методы сопоставления факторных структур выборок: pooled data method, RMS, CC. При обработке данных применялся пакет PASW Statistics v. 18.

Результаты и их обсуждение

Субстантивное кодирование осуществлялось экспертами-психолингвистами. В процессе его определялись способы выявления кодов, происходила их идентификация и согласование, совершалось сопоставление с исходными данными и между собой. Первичными описательными кодами стали маркеры субъектности, проявляющиеся в дискурсе сетевых сообществ на различном уровне (лексическом, семантическом, контент-аналитических шкал и пр.). Так, в ходе открытого кодирования, на первом этапе субстантивного кодирования, экспертами согласованно были выделены такие коды, как «употребление ключевых слов», «призывы к действию», «под-

держание диалогов» и др.; некоторые коды во время обсуждения уточнялись: например, «употребление узнаваемых „парольных“ слов» трансформировалось в «употребление узнаваемых „парольных“ слов, которые разделяют „своих“ и „чужих“ и символизируют принадлежность к определенной общности»; другие коды, такие как «обсуждение и оценка гражданского сознания у членов сообщества» или «вежливая лексика», вызвали дискуссию по поводу их, отношения к феномену субъектности. На следующем этапе – избирательного кодирования – определялись ядерные категории, с которыми связывались первичные коды. Для этого были привлечены имеющиеся теоретические наработки, относящиеся к исследованиям групповой субъектности. Ядерные категории должны были «собрать» весь анализируемый материал вокруг себя. Процедура имела циклический характер: открытое кодирование переходило в избирательное, затем исследователи вновь возвращались на первый этап, уточняя и изменяя первичные коды, дополняя их новыми, а затем снова переходили к избирательному кодированию, на более высокие уровни обобщения. Итерации совершались до достижения «точки насыщения». В ходе пяти групповых сессий, включивших 8 итераций, было выявлено 7 ядерных категорий, которые объединили 64 первичных кода (Павлова и др., 2019).

1. Принадлежность участников к сетевому сообществу и его единство («общность языка, метафорических моделей, референциальных объектов и пр.», «употребление ключевых слов», «приверженность определенному семантико-тематическому полю, в котором протекает взаимодействие», «сообщения о значимости сетевого сообщества для самого человека» и др.).
2. Групповые социальные представления о сетевом сообществе («создание и поддержание традиций», «формулирование и обсуждение „ табу“ сетевого сообщества», «наличие и/или формулирование правил разрешения разногласий и противоречий», «приоритетные и запретные темы для обсуждения» и др.).
3. Противопоставление «мы – другие» («обсуждение „других“, других сетевых сообществ», «маркирование социальной дифференциации», «поддержка приоритетов и осуждение „запрещенного“ и их авторов», «агрессивное ведение спора» и др.).
4. Психологическая готовность к совместной активности («призывы к действию», «создание эмоционального настроя, воодушев-

ления, уверенности», «выраженность непосредственно-реактивной составляющей дискурса» и др.).

5. Наличие общей цели («планируемая деятельность: различные напоминания, оповещения о готовящихся акциях», «подведение итогов деятельности – отражение результатов совместной деятельности», «декларируемое принятие ролей», «призывы к акциям за рамками сетей» и др.).
6. Проявление гражданского сознания участников сетевого сообщества («обсуждение и оценка гражданского сознания у их членов», «декларация и обсуждение гражданской идентичности, переживание потребности в принадлежности к какой-либо гражданской общности» и др.).
7. Взаимосвязанность участников сетевого сообщества («вовлечение в коммуникацию», «лексика согласия», «цитирование: отсылка к другим участникам сообщества; привлечение персональной ссылкой к обсуждению или тексту», «поддержка в ответ на просьбы, жалобы, обращения и т. п.» и др.).

Каждая категория функционально и структурно раскрывала определенный аспект субъектности сетевых сообществ. Выделенные на этапе субстантивного кодирования коды позволили упорядочить «эмпирическую субстанцию» дискурса субъектности (Бусыгина, 2015, с. 311) и дифференцировать ее от фрагментов текста, не презентирующих субъектность.

Следующий этап – теоретического кодирования – предполагал концептуализацию связей субстантивных кодов, что требовало дополнительного осмысления взаимосвязей первичных кодов и ядерных категорий с теоретическими концептами групповой субъектности. Проблема заключалась в том, что количество параметров оценки коллективной субъектности достаточно велико (более 50), поэтому традиционная процедура логического сопоставления теоретических концептов и выделенных кодов (рефлексия достигнутого) не представлялась возможной. Была предпринята попытка реконструкции структуры имплицитных представлений о субъектности сетевого сообщества экспертов путем субъективного шкалирования вклада отдельных маркеров (субстантивных кодов) в различные характеристики коллективной субъектности. В результате была получена трехуровневая модель субъектности сетевых сообществ (рисунок 6.1), включающая разные компоненты субъектности (тео-

Рис. 6.1. Компоненты субъектности сетевых сообществ

ретические коды) и фиксирующая ее проявления в дискурсе (маркеры субъектности) (Voronin et al., 2019).

Выявленная в результате многоступенчатого кодирования методом обоснованной теории структура субъектности сетевых сообществ позволяет адекватно оценивать их субъектность по 64 дискурсивным маркерам (Воронин и др., 2019). В то же время дальнейшая концептуализация феномена субъектности сетевых сообществ, предполагающая анализ ее динамики и в связи с этим – работу с большими фрагментами данных, требовала создания сокращенной методики оценки субъектности на основе полученной ранее структуры. Кроме того, сокращенный вариант позволил бы упростить обучение экспертов, маркирующих тексты по дискурсивным признакам, и в целом ускорить процесс оценки субъектности сетевых сообществ.

В соответствии с идеологией построения концепции в рамках обоснованной теории было проведено еще четыре сессии экспертов-психолингвистов, в ходе которых осуществлялось сопоставление ранее выделенных кодов с новыми массивами данных, сравнение категорий и кодов между собой, анализ их взаимосвязей. Это привело

к дальнейшему преобразованию концептуальной модели субъектности сетевых сообществ.

Ряд дискурсивных маркеров (описательных кодов) были исключены в связи с отсутствием их четкой идентификации в текстах. К таким были отнесены те, которые с точностью могли определяться только на больших массивах текстов: например, «нарастание, учащение схожих тем», «уровень включенности в сетевое сообщество». Были удалены маркеры, описать индикаторы которых не удалось в полном объеме. Так, «представления о будущем» маркировались не только глаголами будущего времени, как мы изначально предполагали, но и выражались более сложными языковыми формами.

Достаточно большое количество дискурсивных маркеров были объединены между собой, так как содержательно дублировали друг друга. Так, маркеры «сообщение о совершенных действиях», «сообщение о реальных достижениях сетевого сообщества», «подведение итогов деятельности, ее результатов», связанные с одним теоретическим кодом, образовали единый дискурсивный признак «сообщение о совместных действиях и результатах совместной деятельности». В других случаях в один дискурсивный признак были включены маркеры, отнесенные ранее к различным теоретическим кодам. Например, признак «призывы к акциям и действиям» объединил маркеры «призывы к акциям за рамками сетей» и «призывы к действию» («Готовность действовать») и маркер «включение участников сетевого сообщества в совместную деятельность» («Планирование совместных действий»).

Некоторые дискурсивные маркеры субъектности были отнесены к другим теоретическим кодам, в том числе с учетом результатов кластеризации по отдельным характеристикам субъектности. Так, признак «ирония, юмор» был включен в «Позитивную поддержку коммуникации», но в случае его проявления как топика сетевого сообщества, объединился с «фатическим общением», создав новый дискурсивный признак «фатическое общение, юмор и ирония как топики сетевого сообщества».

Кроме того, два теоретических кода были переосмыслены. «Транслирование образа сетевого сообщества» было интерпретировано как «Обсуждение топиков сетевого сообщества», что скорректировало и входящие в нее дискурсивные маркеры: «сообщение о значимости сетевого сообщества, выражение удовлетворенности/неудовлетворенности своим участием в сетевом сообществе» и «оценочные

суждения по поводу сетевого сообщества» трансформировались в «выражение значимости обсуждаемых в сообществе тем». В единый теоретический код «Планирование и результаты совместных действий» как результат общего сокращения субстантивных кодов и выявления схожести семантики были объединены маркеры «Планирование» и «Результаты».

Таким образом, при сохранении в целом общей структуры субъектности сетевых сообществ количество дискурсивных маркеров субъектности было уменьшено с 64 до 36. Окончательный перечень дискурсивных маркеров субъектности сетевых сообществ с их описанием и примерами из текстов сообществ представлен в Приложении.

Существенное сокращение дискурсивных маркеров потребовало эмпирической проверки воспроизведения структуры, образованной теоретическими кодами субъектности сетевых сообществ. В качестве эмпирической основы использовались тексты 15 сетевых сообществ, в том числе и те, на которых реконструировалась структура субъектности по 64 маркерам. Для всего массива данных рассчитывались показатели субъектности по кумулятивно-аддитивной модели с винзорированным усреднением (Воронин и др., 2019). Были получены две матрицы 15 * 12 (сообщества * компоненты субъектности) показателей субъектности, рассчитанных с помощью полного и сокращенного перечня дискурсивных признаков. Сравнение факторных структур этих матриц осуществлялось несколькими способами. Для реализации метода объединения данных (pooled data method) был использован эксплораторный факторный анализ (метод главных компонент с последующим варимакс-вращением) в результате чего было выявлено 3 фактора (по критерию Кайзера с собственными значениями >1 и с очевидностью по критерию «каменистой осыпи»), объясняющие 79,95% дисперсии (таблица 6.1).

Дифференцирующая переменная не вошла со значимым вкладом ни в один из выделенных факторов, что показало незначимые различия в структуре сравниваемых матриц. Дополнительно был проведен факторный анализ каждой из матриц (полученных с помощью полного и краткого перечня маркеров) и были рассчитаны показатели «среднеквадратичного» усредненного квадрата разности нагрузок переменных на каждый из двух факторов (RMS – root mean square) и «коэффициент конгруэнтности Такера» (CC – coefficient of congruence), характеризующие сходство факторной структуры между различными выборками (Levine, 1977). Так как содержательно выде-

Таблица 6.1

Матрица факторных решений для объединенной выборки по полному и краткому перечню дискурсивных маркеров субъектности

Компоненты субъектности	Фактор		
	1	2	3
Языковая и понятийная идентификация	,120	,714	,440
Готовность действовать	,842	,033	,475
Обсуждение топиков сетевого сообщества	-,029	,147	,809
Групповые нормы и ценности	,982	-,021	-,108
Планирование и результаты совместных действий	,860	,199	,092
Отстранение «других»	-,101	,907	-,096
Позитивная поддержка коммуникации	,612	,326	,655
Защита целостности сообщества	,650	,188	-,308
Гражданская идентичность	,100	,466	,809
Общая субъектность	,542	,733	,399
Обсуждение совместной деятельности	,904	,104	,343
Свои–Чужие	,137	,889	,397
Принадлежность к группам (дифференцирующая переменная)	-,238	-,369	-,139

Метод выделения: Анализ методом главных компонент.
Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.
Вращение сошлось за 5 итераций.

ленные факторы в двух матрицах совпадали, то показатели рассчитывались для факторов попарно: RMS (1,1) = 0,07, RMS (2,2) = 0,12, RMS (3,3) = 0,13, CC (1,1) = 0,901, CC (2,2) = 0,867, CC (2,2) = 0,745. Полученные результаты свидетельствуют о хорошей тождественности первых двух факторов и высоком сходстве в отношении третьего фактора. Это позволяет заключить, что факторная структура субъектности текстов различных сетевых сообществ хорошо воспроизводится с использованием краткого перечня дискурсивных маркеров.

Особенности метода обоснованной теории позволяют ассимилировать результаты других исследований, косвенно связанных с основными задачами разработки изучаемого феномена. Последняя сессия концептуализации феномена субъектности сетевого сообщества в рамках обоснованной теории была посвящена обсуждению результатов анализа влияния троллинга на субъектность сетевого сообщества. В проведенном исследовании было показано, что атака тролля приводит к радикальному изменению компонентного состава субъектности (Воронин, Ковалева, 2019). Непринужденное общение до атаки тролля, направленное на обсуждение намерений что-либо сделать, презентирует «Позитивную поддержку

коммуникации», включает разнообразные маркеры «Обсуждение топиков сетевого сообщества» и сленговые слова и выражения, говорящие о языковой и понятийной идентификации «своих». После атаки тролля в структуре субъектности сетевого сообщества обнаруживается большинство компонентов субъектности, за исключением «Готовности действовать» и «Языковой и понятийной идентификации». Результаты данного исследования позволяют предположить наличие двух типов субъектности сетевых сообществ: потенциальной и актуальной. Потенциальная субъектность представляет собой предельный уровень субъектности, проявляющийся в ситуациях, требующих согласованных действий участников сообщества при различных угрозах (например, при угрозе целостности). Актуальная субъектность соответствует повседневному состоянию сетевого сообщества. Исходя из этого, трехуровневая модель субъектности сетевых сообществ должна быть дополнена сведениями о состоянии компонентов субъектности в зависимости от коммуникативной ситуации, в которой находится сообщество при оценке его субъектности. На рисунке 6.2 представлена уточненная структура субъектности, где жирными линиями выделены актуальные компоненты субъектности для ситуации повседневного общения, а тонкими – ее потенциальные компоненты.

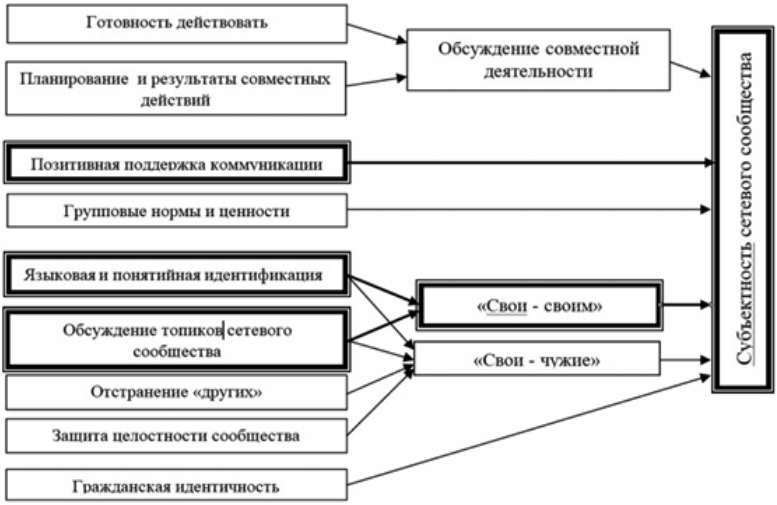


Рис. 6.2. Уточненная структура субъектности сетевых сообществ

В ситуации повседневного общения компонента второго уровня, образованная «Языковой и понятийной идентификацией» и «Обсуждением топиков сетевого сообщества», интерпретируется как «Свои – своим», поскольку оппозиция «чужие» в этой ситуации не представлена. Для ситуации повседневного общения субъектность означает то, что участники сетевого сообщества поддерживают приятный разговор среди «своих» на привычные темы. В процессе троллинга актуализируется большинство компонентов субъектности, при этом «Языковая и понятийная идентификация» оказывается скомпрометированной и переходит в разряд «потенциальной», а «Готовность действовать», вероятно, оказывается неактуальной для рассматриваемых ситуаций. Таким образом, введение «актуальности» и «потенциальности» позволяет содержательно по-разному интерпретировать субъектность в различных ситуациях.

Заключение

Метод обоснованной теории представляется наиболее адекватным и перспективным при изучении субъектности сетевых сообществ, представленных текстовым контентом. Многоэтапное кодирование в рамках обоснованной теории позволяет направленно «вычерпать» смысл анализируемых текстов. Включение в «обоснованную теорию» методов субъективного шкалирования позволяет определить имплицитные представления о субъектности сетевого сообщества во взаимосвязи с ее дискурсивными маркерами. Существенное сокращение количества дискурсивных маркеров и их коррекция вызывают сомнения в сохранении структуры изучаемого феномена, что приводит к необходимости включения в метод обоснованной теории процедур сравнения факторных структур данных, полученных с помощью полного и сокращенного перечня маркеров. Несомненным достоинством метода обоснованной теории является возможность ассимиляции результатов исследований схожей тематики при концептуализации изучаемого феномена. В нашем случае это позволяет ввести в предложенную модель субъектности сетевых сообществ представление об актуальной и потенциальной субъектности. Описанный метод может быть использован для разработки средств оценки различных социально-психологических свойств социальных групп (жизнеспособность, социальная напряженность, социальная фасилитация и др.) по текстам, генерируемым их представителями.

Приложение

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
1. Языковая и понятийная идентификация	1.1. Общность семантико-тематического поля	Приверженность дискурса участников СС определенному семантико-тематическому полю, в котором происходит их взаимодействие. Использование общих слов и выражений, в том числе фразеологизмов, метафор, речевых штампов, терминов, сленга. Употребление прецедентных текстов: цитат, анекдотов, мемов, понимаемых участниками сообщества. Отражает/характеризует содержание дискурса СС	*Я слушал музыку, мне нравился Бананан* (*Бугаев*), *Друбич и Говорухин как актеры, пока вообще не попадалось впечатление от фильма. Совсем другое время было, согласен с тобой. Перестроечное время было голодным – буквально, но таким интересным!* *«Он поэт. Он на Земле живет».* *Тугеза тугезой, но я бы для начала за то, чтобы испоганить всю жизнь всем тем, кто вякнул «приходи сам».* *Нет ножек – нет компотика* (*с*)
	1.2. «Парольные» слова и выражения	Слова и выражения, используемые участниками сообщества, частота встречаемости которых значительно выше, чем в других СС. Символизируют принадлежность к определенной общности. Отделяют «своих» от «чужих». Отражают/характеризуют содержание дискурса СС	*Район* (сообщество жителей района). *Автомобиль, кашка* (о марке а/м на форуме автомобилистов). *Едросы, власть* (политическое сообщество). *Фильм, актер* (сообщество с лидером-кинокритиком)
	1.3. Идентификация себя и других как членов сообщества	Идентификация себя и других как членов СС. Употребление слов и выражений, демонстрирующих включенность участников коммуникации в сообщество и их взаимосвязанность, передающих общность и подчеркивающих единение (*вместе, все, наш, мы*)	*Ожидаемо на* ***наше*** *уведомление мэрия ответила отказом.* *Заявленная* ***нами*** *площадка на Суворовской площади отклонена*

	1.3. Идентификация себя и других как членов сообщества	Использование идентифицирующих обращений к членам СС (*коллеги, друзья* и др.)	*...В **нашем** городе.* *Да и **мы тут рядом все**, хотя бы через экран монитора.* *Уважаемые **соседи**!*
2. Готовность действовать	2.1. Призывы к сплоченности и констатации единства	Высказывания, содержащие констатацию единства и призывы к сплоченности. Выражение необходимости действовать совместно. Использование лексики совместности и императивных высказываний	*У каждого водителя есть желтый жилет, предлагаю прийти в нем.* Нужно всем объединяться. Объединяйтесь! Только вместе победим! Лепряне – крымнашане, отзовитесь?
	2.2. Призывы к акциям и действиям	Слова и выражения, побуждающие к действиям участников сообщества. Высказывания, содержащие призывы, в том числе к реальным действиям, выходящим за рамки интернет-общения с указанием предлагаемых конкретных шагов, места и времени их осуществления. Включение участников СС в совместную деятельность	*Тогда на Тверской 13... встать в ряд... и включить аварийку... да еще и звуковой включить.* *Главное приехать, прийти, приползти, ну а там уж как выйдет.* *Идемте уже на 1905 года и правда?* *Друзья, давайте обсудим тему подземных паркингов, их состояния и цены, которую нам выставляют. Похоже, что где-то нас наё.* *ПОМОГИТЕ РАССЫЛАТЬ ПИСЬМА!*
	2.3. Эмоциональное побуждение к действию	Эмоционально насыщенные выражения, влияющие на готовность участников к определенным действиям, изменяющие их отношение к ситуации и общий настрой. Транслирование воодушевления и уверенности, эмоциональное заражение, привлечение внимания	*Фанфары! Вслед за «Сталкером» мы выпускаем в повторный прокат «Ассу». ЖДЕМ ВСЕХ В КИНО!* *Просим?!! Требуем!* *Караул, нужна огласка!!!* *Осторожно, опасный и вредный спойлер!*

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
	2.3. Эмоциональное побуждение к действию	Выраженность непосредственно-реактивной составляющей дискурса, побуждающей к действию. Употребление междометий, частиц, а также многочисленных знаков пунктуаций, капслока, эмотиконов, уточняющих и усиливающих экспрессивно-интонационную окраску. Использование категоричных модальных предикатов (*обязан, должен, надо*). Выражение требований	
	2.4. Сообщения о готовности к действиям	Высказывания участников сообщества, выражающие их готовность к действиям, направленным на реализацию целей сообщества. Готовность к действиям, в том числе вследствие организационных и управляющих воздействий со стороны других участников СС, проявляющаяся как непосредственная реакция на их предложения, призывы, декларацию общих планов. Сообщения о желании и намерениях к осуществлению совместной деятельности	*Это разумное решение. Иду сам и позову знакомых!* *Как мы (общественность) можем повлиять на данный проект с более историческим и человеческим лицом?* *И что, что мы можем???* *Готов оплатить бензин соседям.* *В принципе, на выходных могу сгонять, это реально недалеко*

3. Обсуждение топиков сетевого сообщества	3.1. Выражение значимости обсуждаемых в сообществе тем	Сообщения участников СС о значимости и важности обсуждаемых в СС тем, указание на интерес к ключевым топикам. Выражение значимости СС и удовлетворенности участием в нем. Высказывание позитивного отношения к СС и сообщениям его участников	*Я бы не стал спрашивать, мне реально интересно мнение владельцев современных фордов про эту машину.* *Я тоже всегда рад комрадам, но к сожалению, нас на 1000... мы как белая ворона со своим мировоззрением*). *Видел твой комментарий под видео, если не ошибаюсь, Бирюкова. Признаюсь, был рад соратнику с мд-мировоззрением и в трейдерском сообществе.* *...Не понимаю, как и что делать. Так что сделала самое важное в любой непонятной ситуации и написала пост на лепру*
	3.2. Отсылки к другим участникам СС и публикациям в нем	Отсылка к другим участникам СС, а также их высказываниям, относящимся к обсуждаемым топикам. Цитирование или ссылки на соответствующие топикам публикации	*Люди из Крыма, кому можно в инбокс написать?* *...Знаешь, мне как-то неудобно его беспокоить.* *В каментах есть сентенция насчет координат – это важно!* *Тут можно почитать: https://politota.d3.ru/polisakharidy-ot-virusov-1641636*
	3.3. Транслирование участниками СС своих установок к обсуждаемым топикам	Транслирование членами СС установок и отношения к обсуждаемым в сообществе проблемам, ситуациям, темам. Описание участниками СС собственного опыта, историй и примеров из жизни, имеющих отношение к обсуждаемым топикам и выражающих отношение к ним	*У нас в России давно действует мафия по своим мафиозным законам.* *Все происходит так, как оно должно происходить, наверное, ну а там как бог даст уже.* *Убийство Бананана в АССЕ одно из самых сильных потрясений детства... до сих пор жутко.* *У нас при сносе ДК Серафимовича запрет о сносе почтой отправили и все снесли. Могли бы и голубями, твари* (((

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
	3.4. Фатическое общение, юмор и ирония как топики СС	Фатическое общение (бессодержательное, направленное на поддержание контакта): наличие ответных реплик на высказывания собеседника, их позитивный эмоциональный характер; Использование лексики согласия и поддержки. Юмор и ирония – в том случае, если являются топиками сообщества	«Киномания» (ВКонтакте): – *...Только сегодня узнала, что это гном.* – *И?* – *Ланнистер.* – *Карлик, а не гном.* – *Десница короны, а не карлик.* «Страдающее Средневековье» («В контакте»): *А на жалобы горожан в королевской канцелярии ответят, что провели проверку и не выявили полной заполняемости салона в часы пика...* *Уступите место ветерану Крестового похода!*
4. Групповые нормы и ценности	4.1. Создание истории СС и поддержание его традиций	Формулирование в дискурсе СС его традиций, их формирование и поддержание участниками сообщества. Выражение приверженности традициям. Создание общей истории СС: рассказы о СС и его участниках. Сообщения о времени создания сообщества и причин его возникновения, составе участников и их мотивации. Обсуждение совместного опыта общения, указание ссылок на него. Декларирование программы вхождения в СС, транслирование членами сообщества ее фрагментов новым участникам или «чужим» собеседникам	*Александр, как бы, паблик резко тему поменял, это нормально, по-вашему? Я не на это подписывалась.* *Как-то незаметно у нашей группы появился 777участник!*))... *Сергей, поздравляем вас и, по уже сложившейся традиции, хотим вас побаловать*))). *Я всегда могла организовать все что угодно, многим и тут помогла с организацией в какой-то сюровых ситуациях*

	4.2. Формулирование коммуникативных норм	Формулирование коммуникативных норм: принятых в сообществе правил общения участников и разрешения разногласий между ними. Декларирование желательных и нежелательных тем, выражение запретов на не соответствующее нормам коммуникативное поведение, предупреждение о его последствиях.	*Если вы не идете, это ваше дело. Обвинять кого-то в сливе не стоит. На личной странице – пожалуйста.* *Давайте не здесь, пожалуйста.* Предупредил на первый раз, будет продолжать, забаню. Кто не согласен – не держим! За постоянный троллинг о политике будет БАН! За частый мат не по делу и в качестве персонального оскорбления – БАН!
	4.3. Формулирование групповых ценностей	Формулирование коммуникантами ценностей и установок сообщества, предположительно разделяемых всеми его членами. Выражение отдельными участниками общих установок сообщества	*Политику мы не обсуждаем, а если и заходит речь, то очень поверхностно! В ведерках БЛАГО люди разных профессий, классов, убеждений, религий.* *Политика ссорит. У нас одни общие цели, не будем забывать о них.* *Не, этому посту такого не нать*
	4.4. Коллективный «копинг»	Осуществление в дискурсе сообщества коллективного копинга: формулирование жалоб и реагирование на них, обсуждение проблем и путей их решения, совместное преодоление сложных ситуаций	*Люди дорогие!... Что делать дальше? Куда бежать?* – *Поднимите соседей, обхватите деревья, – так делает народ по всей Москве.* – *Если нужно у меня есть мобильный Лесных и ее зама.* – *Поговорите со мной, пожалуйста...* – *Ты главное не паникуй. Вот увидишь – всё будет в норме. Паника – плохой соратник! Да и мы тут рядом все...*

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
5. Планирование и результаты совместных действий	5.1. Создание и формулирование целей СС	Создание и формулирование в дискурсе участников сообщества целей СС, в том числе текущих. Обозначение основной цели сообщества в его названии	*Архнадзор* Общественное движение «Архнадзор» – добровольное объединение граждан, желающих способствовать сохранению исторических памятников, ландшафтов и видов города Москвы. Наша цель – объединение усилий людей и организаций, направленных на сохранение и изучение культурного наследия Москвы. Синие ведерки Цель нашего общества – отмена мигалок на всех автомобилях, кроме пожарных, полиции и скорой помощи. На дороге и в бане все равны! Главное приехать, прийти, приползти, ну а там уж как выйдет
	5.2. Сообщение о совместных действиях и результатах совместной деятельности	Сообщения участниками СС о совершенных ими действиях для реализации общих целей сообщества. Обсуждение достижений СС. Представление отчета о совместной деятельности его участников, описание полученных результатов, подведение итогов	*99% моих просилок, они исправили. Поэтому – можно и нужно.* *На счет разделителя на Кутузовском есть 2 новости.* *Первая. На письмо с вопросом «доколе» участницы нашего сообщества Юлии Максимовой департамент транспорта ответил, что «утвердил перечень мероприятий», в том числе установку там транспортного барьерного ограждения. Реализовать эту идею департамент транспорта предложил департаменту ЖКХ*

	5.2. Сообщение о совместных действиях и результатах совместной деятельности		*Сегодня в Архнадзор поступил тревожный сигнал от жителей дома 14 по Кропоткинскому переулку. Они сообщали, что рабочие демонтируют ворота и ...* *Оперативно выехав на место, мы застали момент демонтажа. Присутствовавшие на площадке рабочие заверили нас, что ворота отправляются не на помойку, а на реставрацию. Будем следить за ситуацией*
	5.3. Обсуждение планов сообщества	Обсуждение участниками планов сообщества: корректировка, внесение предложений, высказывание мнений и оценок. Обратная связь от участников сообщества в ответ на информацию о проблеме, а также планируемых в СС действиях. Выражение в комментариях согласия или критики, транслирование одобрения или скепсиса и др. Информирование участников о текущем состоянии решаемой в СС проблемы, новых обстоятельствах, возникших препятствиях, изменениях, последних новостях. Планирование совместной деятельности с указанием конкретных действий, времени и места совершения. Оповещение и напоминания о них участников сообщества	*В каментах есть сентенция насчет координат – это важно! В прошлый раз я сделал ошибку... оббегал половину парка прежде, чем нашел этот «гайд-парк»... Нужна точка сборки* (*с*). *Но потом решили поступить иначе. Если в Сокольники придут половина, или хотя бы треть от подписавших петицию, то такой толпой можно дойти куда угодно уже без всяких согласований*). *Переселяться он не хочет, видимо, попробовать обеспечить минимально необходимым.* *Новости по поводу митинга, которого мы с вами так ждали. Поскольку государство ничего нам не должно и вообще не просило нас рождаться, мы для него бастарды, то ожидаемо на наше уведомление мэрия ответила отказом*

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
	5.3. Обсуждение планов сообщества		*Нет ничего хуже двадцати митингов в один день! Опять все разбредутся, а не объединятся. А цель кмк одна. На один митинг можно с разными плакатами придти. Ну или кто-то будет в жилетах, а кто-то нет. Но в одном месте!* *А ничего, что 23.12 в 13:30 согласован митинг против строительного беспредела около 1905 г???* *Все-таки, по моим наблюдениям, разметка нужна. Яркая и заметная. Тогда выше шанс, что парковаться будут по разметке. Если ее нет – ухитряются встать одной машиной на 2–3 местах. Если сокращение длины повлияет на увеличение количества мест – я «за»*
	5.4. Распределение ролей и их принятие участниками	Распределение ролей и декларирование их принятия участниками СС. Предложения о разделении действий между участниками сообщества для выполнения конкретных задач, решения обсуждаемых в СС проблем, реализации поставленных целей	*Готов оплатить бензин соседям.* *В принципе, на выходных могу сгонять, это реально недалеко. Проблема в другом, формально, в ту сторону, сразу за границей города начинается Башкортостан (Магнитогорск – Челябинская область). Поэтому сориентироваться куда, в итоге, везти – вот прям счас – точно не смогу.* *Что мне надо:* *1. Помочь маму перевести как можно быстрей...* *2. ...* *4. Дать совет как действовать...*

6. Отстранение «других»	6.1. Маркирование «других»	Маркирование в высказываниях участников социальной, культурной, идеологической и пр. дифференциации в отношении «других» (чиновники, силовики и пр.). Использование слов со значением чуждости (*эти, они, иже с ними*), ярлыков (*экстремист, единоросс*), выявляющих инородность «других» и позволяющих дистанцироваться от них	*Девелопер ничего без разрешения Муниципалитета не может. Муниципалитет выдает все нужные разрешения. Так что это мафия: строители и муниципалитет.* *В парках они заставляют митинговать, по одной, простой причине, его можно оцепить полицией и никто не выйдет, если они захотят.* *Поскольку государство ничего нам не должно и вообще не просило нас рождаться, мы для него бастарды*
	6.2. Дискредитация «других»	Дискредитация «других» и умаление их значимости. Использование обесценивающих слов (*всякие, разные, пресловутый*), уничижающих выражений (*собянинские прихвостни*), иронических обобщений и номинаций (*чурки, либерасня, краббе*)	*А если «космонавтов» позвать, прораб подчинится?* *ГИБДД никакого отношения к тому, что творят собянинские в нашем городе, не имеет.* *Пенсионный фонд РФ – организация, живущая по своим законам, обнаглевшая до предела.* *В комментариях собирается информация и выясняется, что не только в «системе» нелюди. Родственники тоже отметились*
	6.3. Генерализация оценок	Генерализация оценок в высказываниях участников СС. Использование лексики с семантикой обобщения: *все воры, все одинаковы, всегда терпят.* Употребление пассивных конструкций: *считается, говорят и пр.*	*Вся система в этой стране такая. Или ты где-то сталкивался с человеческим отношением к себе от системы?* *Все понимаю, все плохо.* Миллиарды для Сирии, Венесуэлы, Кубы и других ведущих мировых держав есть. Накормить одного из 140 млн собственных граждан – «где ноги потеряли, туда и идите»

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
	6.4. Оскорбление «других»	Осуждение «других» в высказываниях участников СС. Употребление оскорбительных слов и выражений, обсценной и инвективной лексики	*Подлецы жадные.* *Вот же ж мрази...* *Нелюди, бл...* *Эти уроды не исполняют собственные инструкции.* *Но представители сбербанка были посланы нахер и по доверенности оформили карту*
7. Позитивная поддержка коммуникации	7.1. Поддержка участников СС	Проявление участниками СС согласия с высказываниями других участников, их одобрение и поддержка. Употребление лексики согласия (*да, ок*) и одобрения (*молодец, поддерживаю, не переживайте* и пр.). Употребление лексики с положительной оценочностью (*красота, прекрасный, здорово, еще лучше и пр.*). Выраженная ответная реакция на просьбы, жалобы, обращения и пр. членов СС как проявление их поддержки другими участниками сообщества	*Влад Ларионов, как верно сказано!!!* *Прекрасная формулировка, не могу пройти мимо.* *Вот у меня та же мысль*)). *Совсем другое время было, согласен с тобой.* *Это разумное решение.* *Конечно, все наладится! Хочешь я тебе вечером позвоню?* *Все будет нормально, не дрейфь*
	7.2. Вовлечение в коммуникацию участников сообщества	Направленность в дискурсе на партнера/партнеров по коммуникации, членов СС: вовлечение в общение, включение в обсуждение, постановка вопросов, запрашивание мнения и т. п. Использование таких выражений, как *напишите мне в личку, каково ваше мнение, я согласен, приглашаю, рекомендую* и др.	*Жень, поймите одно...* *Может, кто-то из крымских леперов, кто рядом, может доехать, навестить?* *И?* *Стоит его покупать или нунах?* *Может меня неправильно поняли: я про Форд КА с 2008 г. в., с мотором фиат Fire 1.2 (если не ошибаюсь), на платформе фиата же... только не пойму причем тут матиз?*

	7.3. Ирония, юмор	Иронические высказывания участников СС по отношению к обсуждаемому предмету, ситуации или к собеседникам. Наличие юмора в дискурсе	*Теперь и помереть не страшно.* *Смотри, чтоб от ЗАГСа не пришлось отписываться*)). *Когда все снесут, потом немного подождут и начнут опять*
	7.4. Обращения к участникам СС с конкретным запросом	Обращение к участникам СС с запросом о помощи, просьбой, жалобой и пр.	*Добрый день!* *Может, есть в Группе родители, у которых дети ходят в начальную школу Покровского квартала. Интересует, насколько там внедрена МЭШ (доски, электронные учебники)? Заранее спасибо за ответы.* *Проголосуйте, пожалуйста, а то у нас совсем плохо дело с местами для выгула и занятий с собаками.* *Хотя бы поговорите со мной, пожалуйста, а то меня паника душит*
	7.5. Регулирование внутренних конфликтов в сообществе	Высказывания участников, направленные на регулирование конфликтов между членами СС, снижение проявляющейся в дискурсе эмоциональной напряженности коммуникации	
	7.6. Поддержание формальных правил общения	Формулирование и поддержание формальных правил общения участников СС. Употребление вежливых форм обращения, приветствия, прощания, поздравления, благодарности и др.	*Друзья!* *Спасибо, Сережа, что поделился.* *Спасибо за ответ.* *Кстати, если вы врач, то еще раз отдельное большое спасибо.* *Давайте не здесь, пожалуйста.* *С уважением к любому другому мнению*

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
8. Защита целостности сообщества	8.1. Выражение негативного отношения к собеседникам	Негативные высказывания участников сообщества в адрес собеседников, не являющихся членами СС и/или не соблюдающих принятые в сообществе правила общения, не разделяющих его ценности. Ведение споров с другими, выражение агрессии, скепсиса по отношению к ним. Употребление инвективной лексики – слов и выражений, унижающих и оскорбляющих собеседника в достаточно резкой и циничной форме, зачастую с особой экспрессией	*Чему радуешься, УЩЕРБНАЯ.* *Во-первых, пошел на хер за «с Украины», мудило ватное. Во-вторых, ты за евреев не говори, если сам к ним не относишься, портянка.* *А может, ты просто дура и не умеешь ни читать, ни думать? Вот и видишь противоречия там, где их нет*
	8.2. Предупреждение нежелательной активности	Содержащиеся в высказываниях участников СС предупреждения нежелательной активности других собеседников, выражающиеся в указаниях на ее неадекватность ценностям сообщества, а также в запретах, запугиваниях, угрозах. Употребление отрицательных императивов, побуждающих к несовершению действия (глаголов повелительного наклонения с отрицанием), глаголов и их производных с семантикой запрещения (*нельзя*), пермиссивных глаголов с индикаторами отрицательности (*не позволено*)	*За вилы от 5 лет лагерей дают в России. Ибо экстремизм.* *Прежде чем помогать, необходимо выяснить каковы его политические взгляды считаю.* *Предупредил на первый раз, будет продолжать, забаню. А ты не ведись на его провокации, ему того и нужно похоже.* *Предупреждение. Не нужно демонстрировать ксенофобию и переходить на личности. Учитывая отрицательную карму, при дальнейших нарушениях будете сразу забанены*

	8.3. Возбуждение недоверия и враждебности к «чужим» собеседникам	Возбуждение недоверия и враждебности к «чужим» собеседникам, не разделяющим ценности сообщества. Использование обесценивающих слов и выражений, иронических обобщений и номинаций, ярлыков, выявляющих их социокультурную и идеологическую инородность	*А вас больше совсем ничего не волнует? Ну, там выборы, ну там в целом что происходит в Москве? Как там на первом канале? Все хорошо с головой и совестью?* *А вы, видать, с росгвардией в одном строю с дубиной стояли или рядом и платочком им лоб вытирали.* *Когда я вижу слово «гранды», я отчетливо понимаю, что имею дело с человеком безграмотным и судящим о вещах, о которых он не имеет ни малейшего представления.* *Ну да. Если человек безграмотен, то он во всех областях безграмотен. Не бывает так, что «тут помню, тут не помню»*
	8.4. Декларирование общности СС через противопоставление «другим»	Подчеркивание общности участников сообщества в противовес «другим». Использование лексики совместности и сравнительных конструкций	*Вместо того что бы взяться за вилы, мы ходим по граблям, потому так и живем.* *Зачем НАМ аргументы, это ТЕБЕ нужны аргументы, почему это надо купить. Цена? Мне что-то не видится.* *Я тоже всегда рад комрадам, но к сожалению нас 1 на 1000.* *Вам же не нравится местная компания, что же вы продолжаете настаивать? Минута славы?*
9. Гражданская идентичность	9.1. Проявление гражданской идентичности	Проявление в дискурсе гражданской идентичности участников СС, ее декларирование и обсуждение	*Никто не обещал что будет легко. Этот авто-митинг первый за 2 года. И тема сейчас острее не придумаешь. Все кто не пришел – поддержал Ликсутова. Так что думайте.* *Мы с мужем оденем желтые жилеты и поедем в Сокольники*

Компоненты	Дискурсивные маркеры	Описание	Примеры
	9.2. Обсуждение социальной защищенности	Обсуждение участниками сообщества проблемы социальной защищенности. Планирование членами СС их участия в решении социальных вопросов	*В медицине, мне кажется, общий уровень гражданской сознательности почему-то очень низкий (пока).* *Вас развели. Изменения по закону, что не требуют распечатанный полис, в случае наличия электронного еще месяц назад одобрили в Госдуме... не знает у нас народ законов и только. А ментам это в радость* *Из Москвы надо просто выгнать президента, правительство, МО, ФСБ, ГРУ, РПЦ. И тогда просто отпадёт необходимость автомобилей с мигалками и полоса движения отморозков по Кутузовскому проспекту. Дорожная служба построит отбойники между полосами встречного движения везде*
	9.3. Декларирование активной жизненной и гражданской позиции	Декларирование участниками сообщества своей активной жизненной и гражданской позиции. Выражение в дискурсе установок на изменения, планирование реальных действий по улучшению существующей ситуации. Отчет об участии в решении значимых вопросов	*Учитывая ответ ФСО, предлагаем не останавливаться и всем, друзья, кому не безразлична наша с вами общая судьба на Кутузовском, написать в департамент транспорта и департамент ЖКХ, чтоб наверняка, примерно такой текст.* *Разумеется я против гражданской войны, нужны массовые акции протестов, забастовки, только так.* *Требуем принять меры, направленные на предотвращение самовольных сносов объектов исторической среды в Москве*

ГЛАВА 7

Субъектность сетевого сообщества: сравнение психометрических моделей проявления дискурсивных маркеров в контенте

Существует несколько подходов к изучению субъектности сообществ, в каждом из которых выделяется ключевое понятие подхода в целом: «совокупный субъект» (Зимняя, 2000; Ломов, 1984), «групповой субъект» (Брушлинский, 1994; Гайдар, 2013), «субъект совместной деятельности» (Брушлинский, 1994; Рубцов, 1987), «коллективный субъект» (Журавлев, 2000; Гайдар, 2013), «полисубъект» (Ананьев, 1980; Вачков, 2007; Рубцов, 1987) и др. Наиболее полно феномен субъектности на уровне социальных групп раскрывается через анализ коллективного субъекта и такие его атрибуты, как совместная активность, взаимосвязанность, взаимозависимость, рефлексия (Журавлев, 2018). Именно свойства коллективного субъекта, которые могут иметь разный уровень развития, позволяют раскрыть механизмы формирования и функционирования сетевого сообщества как группы людей, взаимодействующих в дискурсивном пространстве социальных медиа, объединенных особыми связями и отношениями и способных к проявлению совместных форм активности и саморефлексии. Основополагающей характеристикой любого сообщества является коммуникация, и дискурсивная парадигма исследования, предусматривающая изучение реальной коммуникативной практики в различных ситуациях и социокультурных контекстах (Дейк, 1989; Павлова, 2005; Павлова, Журавлев, 2007; Стернин, 2004; Discursive Psychology in Practice, 1995; Harre, Gillet, 1994; Potter, 2011; Potter, Whetherel, 1987), в этой связи представляется наиболее адекватной.

Для дискурса сетевых сообществ характерна перманентная публичность, соединенная с интенцией осуществить выгодную само-

презентацию, при этом анонимное участие в групповом общении порождает повышенную вербальную агрессию (Ruiz et al., 2011; Santana, 2014). На материале новостных сайтов показано, что вовлеченность реальных персон в онлайн-общение оказывает более сильное влияние на комментарии, чем участие неперсонализированных представителей службы новостей под логотипом сайта: уровень вежливости и стремление к объективности в суждениях повышаются (Stroud et al., 2015). Подчеркивается, что форумы, где участники следуют нормам кооперативного вежливого общения, отличаются большей содержательностью, в этих условиях демонстрируются рост знаний, сближение противоположных взглядов, уменьшение разрыва между установками и поведением (Cappella et al., 2002; Fishkin, Luskin, 2005). Показано, что некоторые темы «притягивают» комментарии того или иного качества: проблемы здоровья (здравоохранения) и преступности значимо чаще вызывают конкретные вопросы, направленные на поиск информации/оценку мнения, а вокруг темы образования возникает больше релевантных и вежливых комментариев. Темы же экономической тематики вызывают больший рост необоснованных комментариев и оценок (Stroud et al., 2015).

Предполагается, что в интернет-среде проявляются общие социально-психологические эффекты, ранее выделенные в процессе непосредственного внутригруппового взаимодействия (Соснин и др., 2020): поляризация суждений, когда участники интернет-коммуникации стремятся искать подтверждение своим взглядам (Anderson et al., 2014), трансляция лидером норм поведения для своей группы (Hogg, Reid, 2006), SIDE-феномен, описание которого связано с именем С. Московичи (social identity deindividution effects), согласно которому поведение личности обусловлено нормами, соответствующими идентичности, актуализированной в данном контексте (Postmes et al., 1998; Spears et al., 2011). Было показано, что интернет-контент воспроизводит существующие этические нормы и правила его создателей, отражает традиционные установки и предпочтения данного общества (Soffer, 2013). Получают освещение некоторые специфические феномены: флейминг – намеренное нарушение норм общения в Интернете с целью вызвать негативную реакцию (O'Sullivan, Flanagin, 2003), кибербуллинг – травля, распространенная в среде подростков (Heirmann et al., 2015) и др. Предпринимаются попытки описать и разработать условия для реализации норм кооперативного вежли-

вого общения (Halpern, Gibbs, 2013; Ruiz et al., 2011). Было показано, что по сравнению с анонимной нерегулируемой коммуникацией наличие таких условий, как обязательная неанонимность, а также премодерация сообщений, способствует реализации норм вежливости и взаимоуважения (Ruiz et al., 2011; Santana, 2014).

Исследование дискурса сетевых сообществ связано с изучением реальной коммуникативной практики в разных условиях и социальных взаимодействиях. В рамках дискурс-анализа изучены практики, с помощью которых структурируются социальные и индивидуальные представления говорящих (Edvards, Potter, 1992; Harre, Gillet, 2013; Potter, Whetherel, 1987), оказывается воздействие и реализуется власть (Дейк, 2013; Чернявская, 2006; Шейгал, 2004; Wodak, 2009), организуется диалогическое взаимодействие собеседников и общение с аудиторией (Борисова, 2009; Иссерс, 2008 Китайгородская, Розанова, 2005).

Продвижение в этом направлении предполагает разработку подхода к эмпирическому изучению сетевых сообществ, сочетающему социально-психологические и психолингвистические методы. Поскольку механизмы формирования и функционирования сетевого сообщества как группы людей, взаимодействующих в дискурсивном пространстве Интернета, наиболее полно раскрываются через анализ феномена коллективной субъектности (Журавлев, 2018), ставилась задача выявления дискурсивных маркеров сообществ, релевантных различным формам субъектности группы: взаимосвязанность и взаимозависимость индивидов в группе, способность группы проявлять различные формы совместной активности, групповая саморефлексия. Поскольку социально-психологический статус сетевого сообщества не установлен, названные компоненты субъектности можно рассматривать лишь как ориентиры.

Согласно основной гипотезе исследования, различные формы субъектности группы проявляются в дискурсе сетевого сообщества, конституирующем сообщество, опосредующем взаимодействие его членов, транслирующем представления о мире, ценности, отношения, установки и задающем модели поведения. Выявление и верификацию особенностей дискурса сетевых сообществ, релевантных различным формам субъектности, предполагается осуществить путем выявления отдельных дискурсивных маркеров различного уровня (лексических, семантических, контент-аналитических шкал и пр.) в качестве индикаторов субъектности.

Цель – определить структуру субъектности сетевого сообщества по дискурсивным маркерам и сопоставить разные модели взаимосвязи дискурсивных маркеров и конструкта «субъектность».

Методы. Выявление дискурсивных характеристик на основе психолингвистического анализа корпуса текстов сетевых сообществ осуществлялось четырьмя экспертами-психолингвистами с помощью психолингвистического анализа корпуса текстов двух сетевых сообществ: оппозиционного политического форума – жанр политических обсуждений единомышленников (оппозиция); форум автовладельцев Ford – жанр запроса совета, мнения сообщества. Обсуждение и согласование способов выявления и кодировки осуществлялись в ходе пяти экспертных сессий, проведенных с использованием метода обоснованной теории (Glaser, 1967, 1978).

Для определения имплицитной структуры субъектности сетевых сообществ, проявляющейся в дискурсе, было проведено субъективное шкалирование выявленных дискурсивных маркеров по шкалам субъектности (Журавлев, 2018), использующимся для оценки субъектности различных оффлайн коллективных субъектов. В процедуре участвовали шесть психологов, специализирующихся на психологии субъектности. Данные протоколов экспертной оценки после проверки согласованности и устранения явно отклоняющихся данных были усреднены и подвергнуты кластерному анализу.

Была проведена оценка субъектности шести сетевых сообществ: 1) группа «Синие ведерки» в Фейсбуке, площадка для обсуждения проблем равноправия и нарушения прав граждан на российских дорогах; 2) оппозиционный политический форум; 3) форум водителей автомобилей Ford; 4) сообщество с лидером на странице Фейсбука журналиста и кинокритика А. Долина; 5) групповой чат в Телеграме «Прогрессоры», посвященный отношениям между людьми и личностному росту; 6) группа в VK «Страдающее Средневековье», площадка для обсуждения «боли, страдания и унижения в Средневековом мире и современной России». Тексты сетевых сообществ размечались четырьмя экспертами-психолингвистами путем выделения дискурсивных маркеров. Субъектность рассчитывалась в соответствии с двумя моделями связи маркеров и конструктов: аддитивной и кумулятивно-аддитивной. Было осуществлено сравнение моделей по их дискриминативности. Субъектность, рассчитанная по дискурсивным маркерам, была сопоставлена с субъектностью, рассчитанной на основе экспертной оценки.

Результаты и их обсуждение

Дискурсивные маркеры субъектности сетевых сообществ

Психолингвистический анализ дискурса сетевых сообществ позволил выделить 76 маркеров субъектности, таких как «императивные высказывания, включающие в сферу действия говорящего», «указания на численность членов группы», «приоритетные и запретные темы для обсуждения», «оценочные суждения по поводу общения в сетевом сообществе», «употребление лексики с семантикой обобщения и генерализации», «призывы к действию», «номинации окказионального выбора», «декларируемое принятие ролей». На первоначальном этапе анализа выявлялись дискурсивные маркеры различного уровня (лексические, семантические, контент-аналитических шкал и др.), упорядочивающие «эмпирическую субстанцию дискурса субъектности» и дифференцирующие ее от фрагментов текста, не презентирующих субъектности. В ходе пяти экспертных сессий проводилось первичное кодирование, определялись субстантивные и теоретические коды. Предварительно выделенные дискурсивные маркеры субъектности сетевых сообществ были скорректированы и сгруппированы в семь блоков: 1) взаимосвязанность участников сетевого сообщества; 2) принадлежность участников к сетевому сообществу и его единство; 3) групповые социальные представления о сетевом сообществе; 4) противопоставление «мы–другие»; 5) психологическая готовность к совместной активности; 6) наличие общей цели; 7) проявление гражданского сознания участников сетевого сообщества. Каждый блок представлял собой определенный теоретический код, функционально и структурно раскрывающий определенный аспект субъектности сетевых сообществ. По некоторым признакам у экспертов возникли разногласия и сомнения в их приемлемости для оценки субъектности, что привело к сокращению исходного списка до 64.

Структура субъектности сетевых сообществ на основе анализа их дискурса

Шесть экспертов, занимающихся исследованием коллективных субъектов, участвовали в заключительной сессии по определению дискурсивных маркеров субъектности для ознакомления с их содержа-

нием и проявлениями в текстах сетевых сообществ. На следующем этапе они оценили каждый из 64 маркеров по различным шкалам, характеризующим субъектность различных социальных групп, составивших три блока: 1) характеристики большой социальной группы (взаимосвязанность, совместная активность, рефлексия жизни, взаимодействие с участниками других сообществ и пр.); 2) процессуальные характеристики коллективного субъекта деятельности (общее историческое прошлое сообщества, наличие общего языка, проявление социальной инициативы со стороны сообщества, наличие относительно устойчивой системы идей и взглядов и пр.); 3) характеристики полисубъектности (в виде дихотомий: сплоченность–разобщенность, открытость–закрытость, совместимость–несовместимость, конфликтность–бесконфликтность) (Журавлев, 2018). Оценка осуществлялась по 5-балльной шкале Лайкерта, описывающей, в какой степени дискурсивный маркер определяет конкретную характеристику субъектности. Таким образом, получилось 6 матриц (64 дискурсивных маркера * 55 характеристик субъектности). Для обобщения результатов шкалирования была проведена оценка согласованности мнений экспертов. Для каждой шкалы был посчитан коэффициент согласованности альфа Кронбаха α. Если α для четырех и более экспертов оказывался >0,7, результаты признавались согласованными, а данные экспертов, ухудшающих оценку согласованности, в дальнейшем не учитывались. По девяти характеристикам не удалось получить достаточную согласованность, и они были исключены из анализа. Согласованные данные были усреднены по экспертам и подвергнуты процедуре кластерного анализа (Hierarchical Cluster Analysis, способ измерения расстояния – Squared Euclidian distance, метод кластеризации – Between-groups linkage). На рисунке 7.1 представлены дендрограмма и выбранный вариант разбиения на кластеры с учетом максимальной дистанции при объединении объектов в кластеры и ясности интерпретации при содержательном обобщении маркеров, входящих в кластер. Всего выделено десять кластеров первого уровня и два – второго.

Содержательная интерпретация входящих в кластеры дискурсивных маркеров позволила выявить следующую структуру субъектности сетевых сообществ (рисунок 7.2).

По сути, это реконструкция структуры имплицитных представлений о субъектности сетевых сообществ экспертов в области социальной психологии, изучающих свойства коллективных субъ-

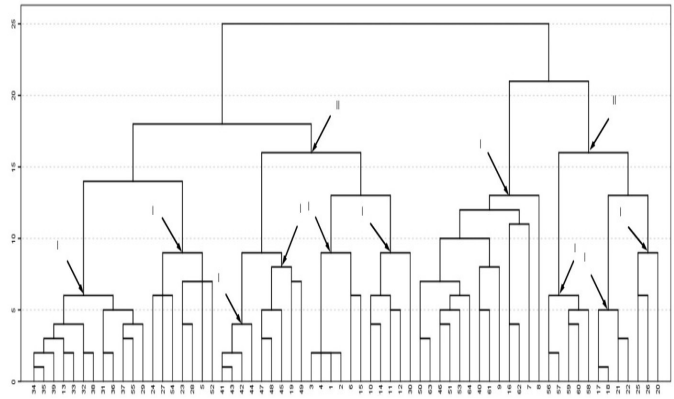


Рис. 7.1. Дендрограмма дискурсивных маркеров и выбранных кластеров; I – первый уровень кластеризации; II – второй уровень кластеризации

Рис. 7.2. Компоненты субъектности сетевых сообществ

ектов, включенных в разные формы сетевой активности и понимающих особенности дискурса, характерные для социальных медиа. Предложенные составляющие субъектности существенно отличаются от характеристик субъектности реальных социальных групп.

По мнению А. Журавлева, существуют три важнейшие характеристики социальной группы, являющиеся необходимыми и фактически критериальными в описании коллективного субъекта: 1) взаимосвязанность и взаимозависимость индивидов в группе; 2) способность группы проявлять различные формы совместной активности, т. е. выступать, быть единым целым по отношению к другим социальным объектам или по отношению к себе самой; 3) способность группы к саморефлексии (Журавлев, 2018).

«Взаимосвязанность и взаимозависимость» как таковые не представлены в структуре субъектности сетевых сообществ. Это вполне объяснимо – добровольность участия в сетевых сообществах и технические возможности социальных сетей предопределяют взаимосвязанность и взаимозависимость членов сообщества. Однако они не гарантируют общности социальной группы, что предопределяет социальные механизмы «защиты» сообщества от «чужих». В нашем случае путем обобщения дискурсивных маркеров было выделено четыре таких механизма. Языковая и понятийная идентификация предполагает идентификацию «своих» по языковым особенностям: общности языка и используемых метафор, по «парольным» словам, по сленгу и специальным терминам, характерным для данного сообщества. Идентификация своих предполагает и обозначение других, от которых следует дистанцироваться. Отстранение других предполагает их маркирование, дискредитацию, осуждение, оскорбление. Селекции других способствует трансляция образа сетевого сообщества. Если этот механизм оказывается неэффективным, участники сообщества вступают с «чужими» в спор, вводят запреты на их активность, проявляют по отношению к ним агрессию. Условно данный механизм был назван «защита сетевого сообщества».

В дискурсе сетевого сообщества в полной мере проявляются такие характеристики реальных коллективных субъектов, как способность группы проявлять различные формы совместной активности, групповые нормы и ценности, способность группы к саморефлексии. Позитивная поддержка коммуникации – наиболее ярко представленный компонент субъектности сетевого сообщества, скорее всего, обусловлена техническими особенностями социальных сетей, изначально ориентированных на позитивную коммуникацию, нацеливающую участников сетевых сообществ на приобретение все новых и новых друзей, на комментарии в виде позитивных эмодзи, на одобрение постов лайками. Гражданская идентичность – ха-

рактеристика, применимая к большим социальным группам, вполне уместна и в дискурсе сетевого сообщества, поскольку его размер явно превышает размеры малой и средней социальной группы. Таким образом, структура имплицитных представлений о субъектности (общей субъектности) сетевых сообществ, оцененная с помощью дискурсивных маркеров, имеет пять основных компонентов: 1) обсуждение совместной деятельности; 2) позитивная поддержка коммуникации; 3) групповые нормы и ценности; 4) свои–чужие; 5) гражданская идентичность.

Оценка субъектности сетевых сообществ по разным моделям проявления дискурсивных маркеров в ее компонентах

Тексты шести сетевых сообществ («Синие ведерки» в Фейсбуке, Политическое сообщество, Форум автовладельцев Ford, Сообщество с лидером, групповой чат «Прогрессоры», «Страдающее Средневековье» VK), включающие по несколько постов в каждом и все комментарии к ним, были размечены четырьмя экспертами-психолингвистами по дискурсивным признакам субъектности. Субъектность сообществ рассчитывалась по четырем моделям: кумулятивно-аддитивной, кумулятивно-аддитивной с винзорированным усреднением, кумулятивно-аддитивной с усреднением Тьюки и простой аддитивной модели. Следуя аддитивно-кумулятивной модели (АКМ), были суммированы все обнаруженные в тексте сообщества маркеры в соответствии со структурой субъектности. В кумулятивно-аддитивной модели с винзорированным усреднением (АКМ-Винзор) было осуществлено усечение 20% наибольших и наименьших значений с последующей конволюцией среднего арифметического. В кумулятивно-аддитивной модели с усреднением Тьюки (АКМ-Тьюки) было осуществлено средневзвешенное усреднение, позволяющее уменьшить вклад значений, отстоящих от среднего достаточно далеко. Обе модели (Винзор и Тьюки) были выбраны как мера повышения робастности значений, присущих данным, получаемым из социальных сетей, и не учитывающихся в модели АКМ. Робастные модели (Винзор и Тьюки) были выбраны как мера снижения влияния артефактов, связанных с выбросами в данных, получаемых из социальных сетей, и не учитываемых в модели АКМ. Исходя из аддитивной модели (АМ), суммировались обнаруженные признаки в соответствии со структурой субъектности, при этом оценивалось

только наличие или отсутствие признака в посте или комментарии. Для корректности сравнений выраженности общей субъектности для показателей по разным сообществам и моделям было осуществлено z-преобразование данных со сдвигом отрицательных значений к 0. Общая субъектность, вычисленная по разным моделям, представлена на рисунке 7.3.

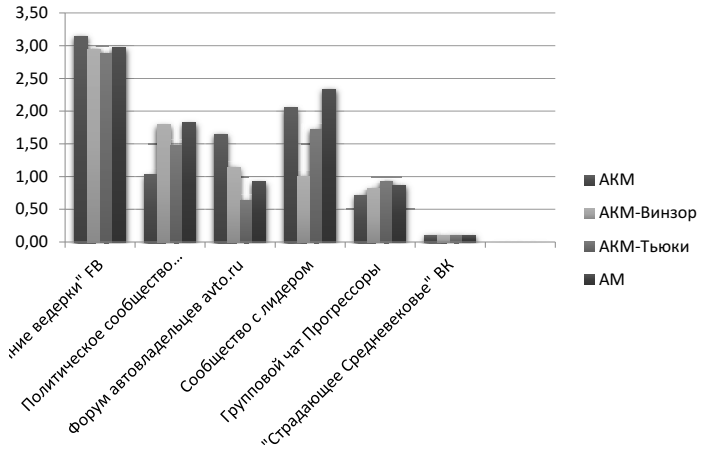


Рис. 7.3. Общая субъектность, вычисленная по моделям АКМ, АКМ-Винзор, АКМ-Тьюки и АМ

Была проведена оценка взаимосвязанности результатов, полученных по четырем моделям, между собой и с данными экспертной оценки субъектности, полученными группой социальных психологов, участвовавших в исследовании на предыдущем этапе. Значения общей субъектности различных сетевых сообществ и их ранг, полученный в ходе экспертной оценки субъектности, представлены в таблице 7.1.

Для оценки взаимосвязи между субъектностью, оцененной с помощью экспертной оценки, и субъектностью, полученной при использовании дискурсивных маркеров, был использован коэффициент тау-b Кендалла (таблица 7.2).

Экспертное мнение и оценка субъектности по дискурсивным маркерам с применением аддитивно-кумулятивной модели с винзорированным усреднением полностью согласуются (по крайней мере, на уровне рангов, к которым апеллирует тау-b Кендалла). Вин-

Таблица 7.1

Общая субъектность сетевого сообщества
(значение после z-преобразования/ранг)

Сетевые сообщества	**Модель АКМ**	**Модель АКМ Винзор**	**Модель АКМ Тьюки**	**Модель АМ**	**Экспертная оценка**
«Синие ведерки» Фейсбука	3,14	2,95	2,89	2,97	1
	1	1	1	1	
Политическое сообщество politota.d3	1,03	1,79	1,48	1,82	2
	4	2	3	3	
Сообщество с лидером	1,64	1,14	0,64	0,92	3
	3	3	5	4	
Форум автовладельцев Ford	2,05	1,00	1,72	2,34	4
	2	4	2	2	
Групповой чат «Прогрессоры»	0,71	0,82	0,93	0,87	5
	5	5	4	5	
«Страдающее Средневековье» VK	0,10	0,10	0,10	0,10	6
	6	6	6	6	

Таблица 7.2

Взаимосвязь уровня экспертных оценок и уровня субъектности в разных моделях (tau-b Кендалла, уровень значимости)

Модель	**АКМ**	**АКМ-Винзор**	**АКМ-Тьюки**	**АМ**	**Эксперты**
АКМ	1,00	0,733*	00,60	0,867*	0,733*
АКМ-Винзор	0,733*	1,00	00,60	0,867*	1,000**
АКМ-Тьюки	00,60	00,60	1,00	00,47	00,60
АМ	0,867*	0,867*	00,47	1,00	0,867*
Эксперты	0,733*	1,000**	00,60	0,867*	1,00

Примечание: * – корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторонняя); ** – корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторонняя).

зорированное усреднение показало себя отличной робастной мерой (Шуленин, 2012), позволившей избавиться от регулярных выбросов проявлений типичной лексики и других дискурсивных маркеров субъектности, характерных скорее для жанра отдельных сообществ и не связанных с проявлением субъектности этих сетевых сообществ. На втором месте по степени взаимосвязанности экспертной оценки и оценки по дискурсивным маркерам оказалась аддитивная модель, демонстрирующая бóльшую значимость для уровня субъектности разнообразия ее проявлений по сравнению с частотой проявлений маркеров. Несколько неожиданной оказалась низкая согласованность экспертной оценки и модели с усреднением по Тьюки, поскольку средневзвешенное усреднение также является робастным. Вероятно, характер весовой функции, уменьшающий вклад крайних значений на 50%, оказался недостаточным, либо в целом пропорциональное изменение структуры данных является неэффективным способом для оценки субъектности сетевого сообщества по проявлениям дискурсивных маркеров.

Дискриминативность моделей была оценена через среднее расстояние (Squared Euclidian distance) между уровнями общей субъектности шести сетевых сообществ в пространстве пяти ее составляющих. Результаты представлены в таблице 7.3.

Таблица 7.3

Среднее расстояние между уровнями общей субъектности в разных моделях

АКМ	**АКМ-Винзор**	**АКМ-Тьюки**	**АМ**
11,038	2,956	0,870	0,569

Поскольку от модели АКМ к АМ происходила последовательная редукция количества учитываемых маркеров, расстояние между сообществами уменьшалось от модели АКМ к АМ, однако «слипания» объектов не происходило. Об этом можно судить по расположению объектов на плоскости первых, наиболее дифференцирующих составляющих субъектности: «позитивная поддержка коммуникации» и «свои–чужие» (рисунки 7.4–7.5). Можно сказать, что все модели демонстрируют удовлетворительную дискриминативность, хотя при исследовании субъектности схожих сетевых сообществ пред-

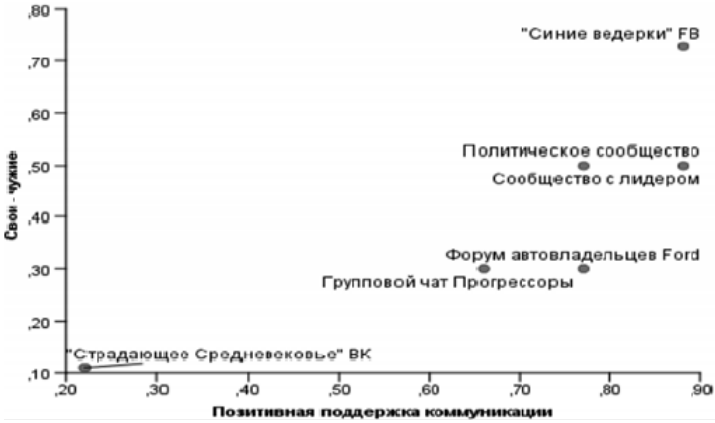


Рис. 7.4. Сообщества в модели AM

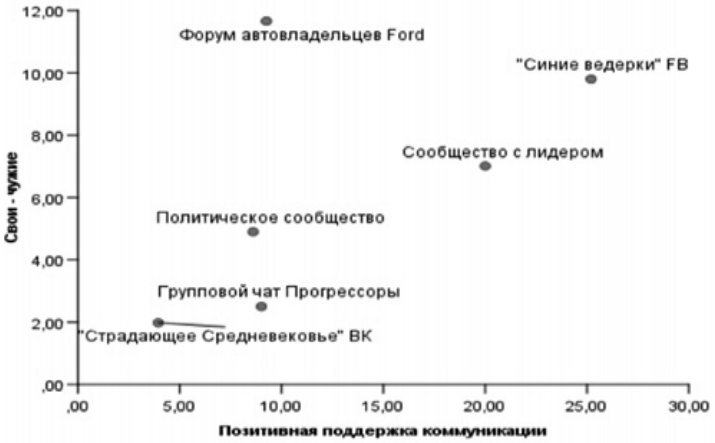


Рис. 7.5. Сообщества в модели AKM

почтение следует отдавать моделям AKM и AKM с винзорированным усреднением.

Поскольку модель субъектности на основе модели AKM с винзорированным усреднением оказалась наиболее адекватной, оценка субъектности сетевых сообществ осуществлялась именно по ней. На рисунке 7.6 представлена гистограмма усредненных значений субъектности шести оцениваемых сетевых сообществ по *пяти основным составляющим:* 1) обсуждение совместной деятельности; 2) по-

зитивная поддержка коммуникации; 3) групповые нормы и ценности; 4) свои–чужие; 5) гражданская идентичность.

Приоритет робастных моделей проявления дискурсивных маркеров позволяет определенным образом относиться к субъектности сетевых сообществ и организации коммуникации в них. Буквально следуя за описанием моделей, можно сделать вывод, что на уровень субъектности существенным образом влияет разнообразие способов ее проявления по сравнению с количеством повторений одних и тех же способов инициирования активности и субъектности. Важно разнообразно поддерживать коммуникацию, а не буквально настаивать на своем, важно по-разному призывать к действиям, а не многократно просить оказать, например, материальную помощь. Для повышения субъектности важно всеми возможными способами поддерживать своих и по разным основаниям «отстранять других». В свете приоритета робастных моделей повторение одних и тех же лозунгов скорее снижает субъектность, а не мотивирует. Не менее важным оказывается и размер постов и комментариев: робастность моделей предопределяет равное влияние на субъектность сетевого сообщества как длинных постов и комментариев, так и коротких.

Согласованность оценки субъектности сетевых сообществ по ее «внешним» проявлениям на основе экспертных оценок (оценка офф- и онлайн-акции, коллективного коупинга, декларации ценностей сообщества и обсуждения правил коммуникации в нем и др.) и субъектности, определенной по дискурсивным признакам, позволяет говорить о достоверности описанного подхода к изучению

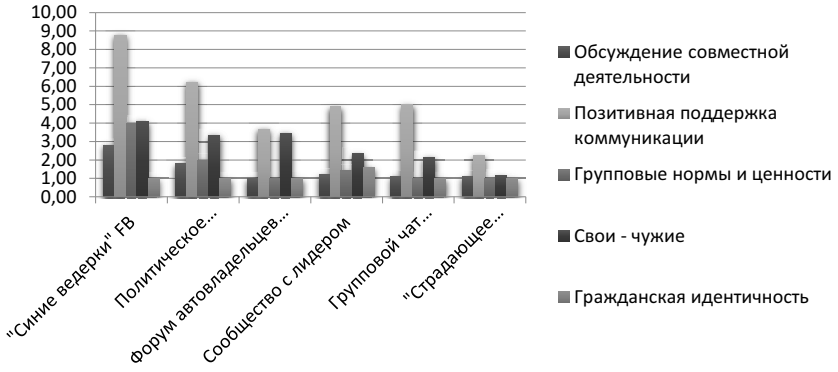


Рис. 7.6. Субъектность сетевых сообществ

субъектности и обоснованности выбранной структуры субъектности. Составляющие субъектности сетевых сообществ лишь частично совпадают с характеристиками субъектности реальных социальных групп и раскрывают новое содержание коммуникативной активности в сетевых сообществах: перманентное поддержание коммуникации, маркирование «чужих» и их отстранение, идентификация и поддержка «своих». Следует отметить специфическую «гражданскую идентичность» в исследуемых сетевых сообществах. Гражданская идентичность проявляется в оппозиционности активных членов этих сообществ и осуждении формально существующих в обществе норм: фиксация и обсуждение нарушений, допущенных представителями властных структур в сфере дорожного движения (характерно для сообщества «Синие ведерки»), и тяжелых условий существования «простых людей» в современной России (сообщество «Страдающее Средневековье»). Оппозиционность политического сообщества оказалась выраженной в меньшей степени, чем ожидалось экспертами, видимо, вследствие декларации собственной оппозиции и перемещения фокуса коммуникационной активности на организацию помощи «пострадавшим».

В дискурсе сетевых сообществ проявляются различные формы их субъектности. Разметка текста в соответствии с выделенными дискурсивными маркерами позволяет адекватно оценить субъектность сетевых сообществ. Структура субъектности сетевых сообществ частично (по некоторым компонентам) аналогична структуре субъектности реальных социальных групп: в дискурсе представлено обсуждение совместной деятельности, групповые нормы и ценности, проблемы гражданской идентичности. Выявлена специфика субъектности сетевых сообществ, проявляющаяся в позитивной поддержке коммуникации внутри сообщества, идентификации и поддержке «своих» и отстранении «других». Выявлен приоритет робастных моделей проявления дискурсивных маркеров в субъектности сетевых сообществ. Для исследованных сетевых сообществ наиболее адекватной представляется аддитивно-кумулятивная модель с винзорированным усреднением, она полностью согласуется с экспертной оценкой субъектности по внешним критериям.

ГЛАВА 8

Оценка субъектности сетевых сообществ: сопоставление дискурсивных маркеров и показателей реляционно-ситуационного анализа

Исследование психологии сетевых сообществ обусловлено все более полным переносом социальной жизни в интернет-пространство. При переходе к «интернету всего» жизнедеятельность не только виртуальных сообществ, но и традиционных социальных групп все больше осуществляется в условиях смешанной реальности, когда внутригрупповое и межгрупповое взаимодействие разворачивается одновременно онлайн и оффлайн. Дальнейшее изучение коммуникативных процессов и групповых социально-психологических феноменов (таких как сплоченность, доверие, групповые ценности и нормы и др.) уже невозможно без учета того влияния, которое оказывает на них дискурсивное пространство Интернета. При этом новые виды дискурса, появление которых связано с образованием социальных сетей и интернет-сообществ, как и стадии жизненного цикла и механизмы развития сетевых сообществ, остаются малоизученными.

Социальная динамика в сетевой интернет-среде является сегодня предметом множества научных дисциплин, связанных с изучением homo informaticus – человека информационной эпохи. Изучение больших данных позволяет обнаруживать закономерности, ранее невидимые глазу исследователя (Погорский, 2014; Manovich, 2017). В связи с этим междисциплинарное и комплексное исследование сетевых сообществ связано с интеграцией нескольких научных подходов: социально-психологического, дискурсивного и математического.

В настоящий момент при изучении групповых процессов исследователи сосредоточены в основном на динамике относительно простых феноменов в социальных сетях: эмоциональном зара-

жении и распространении мемов (Thelwall, 2014), информационных каскадах в связи с теми или иными обсуждаемыми событиями (Burnap, 2014; Procter, 2013), групповой поляризации и возникновении «эхо-камер» (Vicario, 2015), распространении слухов и ложной информации (Cheung, Thadani, 2012). Напротив, исследования более сложных явлений, таких как коллективная память и социальные представления, относительно редки (Dwyer, Marsh, 2014). Создаются математические модели социальной динамики, на основе которых предсказываются распространение информации, социальные связи и групповое внимание (Galuba et al., 2010). Реальность Интернета – это реальность контента, значительная доля которого представлена в виде текстов (дискурсов). Для выделения лингвистических маркеров психологических характеристик используются специальные инструменты, например, Linguistic Inquiry and Word Count (Pennebaker, Campbell, 2000) или Text Analysis, Crawling and Interpretetion Tool (Dehghani et al., 2017). По результатам семантического анализа сообщений, интернет-запросов и постов в сетях с учетом «цифровых следов» были получены более точные оценки некоторых психологических характеристик человека, чем с помощью стандартизированных психологических опросников (Lambiotte, Kosinski, 2014). Наибольшую известность получили исследования поведения пользователей социальных сетей (Агадуллина, 2015; Wilson et al., 2012), а также психологическое профилирование личности по цифровым следам на основе модели «Большой пятерки», быстро взятое на вооружение в политических, маркетинговых и корпоративных проектах (Ледовая и др., 2017). Технологии анализа цифровых следов как маркеров психологических характеристик были разработаны при изучении сообщений блоггеров в Твиттере и опирались преимущественно на компьютерную лингвистику (Mairesse et al., 2007). Анализ социальных сетей позволяет выявлять цифровые маркеры суицидальных состояний, шизофрении, тревожных и депрессивных расстройств (Al-Mosaiwi, Johnstone, 2018). Применение автоматического лингвистического анализа текстов для оценки психологических характеристик сетевых сообществ в этой связи представляется крайне актуальной. В настоящей работе исследуется возможность применения автоматического психолингвистического анализа текстов для оценки такого свойства сетевых сообществ как *субъектность,* что и является *целью* данного исследования. Наш подход предполагает использование методов искусственного интеллекта и реляционно-ситуационного

анализа (PCA) текста для автоматического выявления лексических и семантических показателей контента, использование дискурсивной парадигмы для выявления дискурсивных маркеров субъектности того же контента, сопоставление показателей PCA и дискурсивных маркеров субъектности с целью выявления релевантных показателей PCA для автоматического определения характеристик субъектности сетевых сообществ. При этом важной остается собственно проблема субъектности сетевого сообщества, обусловленная его природой.

Под сетевым сообществом традиционно понимают группу людей, поддерживающих общение и ведущих совместную деятельность при помощи социальных медиа, при этом предполагается, что сетевые сообщества являются составной частью сетевого общества и несут в себе характерные для него атрибуты. Ключевой психологической характеристикой сообщества как социальной группы является *субъектность.* Субъектность как самодетерминированная и самопроизвольная активность на уровне социальной группы проявляется в различных формах совместной активности: совместная деятельность, внутригрупповое взаимодействие, групповое поведение и групповое самопознание. Наиболее полно феномен субъектности на уровне групп раскрывается через анализ коллективного субъекта и такие его атрибуты, как взаимосвязанность и взаимозависимость, совместная активность, рефлексия (Журавлев, 2002).

Существенной проблемой при исследовании субъектности сетевого сообщества является неопределенность его размера. Численность сетевого сообщества может колебаться от размеров малой группы до большой социальной (от нескольких человек в локальной группе Фейсбука или в «В контакте» до нескольких тысяч фолловеров у популярных блогеров). Конкретные свойства субъектности сообщества для малой, средней и большой социальной группы значимо различаются, что порождает проблему релятивизма субъектности при флуктуациях размера сетевого сообщества (Воронин, 2019). Альтернативой такому положению дел может быть наличие *особых свойств субъектности сетевых сообществ,* сохраняющихся вне зависимости от размера социальной группы. Такие свойства вполне могут быть выявлены в ходе психологического анализа феноменов, присущих взаимодействию участников сетевых сообществ в социальных медиа. Часть феноменов относится к социальным сетям: троллинг, обсуждение Cute- и LOL-образов, FOMO-состояния, лайкофилия и гипертрофированная перформативность. Другая часть сетевых

феноменов связана с коллективными онлайн-играми: собственно лудомания, гэмблинг-зависимость, Tilt-состояние и читинг. Проблема непостоянства размера сетевого сообщества усугубляется тем, что одно и то же сетевое сообщество меняется во времени. Меняется не только его численность, но и состав, по крайней мере его периферия. О сетевом сообществе можно говорить только как о временном сообществе, существующем в определенный период времени. Конечно, и реальные сообщества меняются с течением времени, но в гораздо меньшей степени. Для описания характеристик сетевого сообщества требуется однозначная временная локализация.

Альтернативным подходом к изучению субъектности сетевого сообщества может быть анализ коммуникации сетевого сообщества без конкретизации участников. При таком подходе объектом исследования является контент, связанный с аккаунтами посредством социальных медиа. Анализ коммуникации в этой системе – один из способов изучения особенностей сетевого сообщества. Дискурсивная парадигма исследования, предусматривающая изучение реальной коммуникативной практики в различных ситуациях и социокультурных контекстах (Павлова, 2005; Potter, 2011), в этой связи представляется наиболее адекватной.

Проблема исследования субъектности сетевого сообщества по дискурсу сводится к выделению адекватных *дискурсивных признаков,* связанных с теми или иными характеристиками субъектности. При этом возможно использование разноуровневых дискурсивных признаков (лексическо-грамматических показателей, процессуальных и семантических), связанных с различными признаками субъектности сообществ разного размера.

Остановимся на каждой из этих групп последовательно. Так, *маркерами субъектности* могут выступать многие лексические единицы, такие как лексика *совместности, побудительные глаголы, парольные слова, жаргонная, обсценная, эмоционально-оценочная* лексика и др. Крайне важны дискурсивные характеристики процесса коммуникации, разворачивающегося в ходе дискуссий: *нарастание сходства обсуждаемых тем, наличие цепочек комментариев, их длина, пространность* и пр. Среди процессуальных характеристик значимыми представляются такие, которые относятся к особенностям общения и выступают важнейшим проявлением субъектности сообщества. Не менее значимое место в перечне дискурсивных характеристик субъектности занимают семантические категории, которые

не получают конкретной формы реализации, но могут быть надежно идентифицированы экспертами по смыслу: *способность следовать организационным* и *управляющим воздействиям, отображение группового образа цели, информирование о текущем состоянии дела или проблемы* и пр.

Выбор фрагментов контента для анализа субъектности существенным образом зависит от общей идеи о том, как субъектность проявляется в дискурсе сетевого сообщества. Можно высказать лишь несколько предположений о характере такого проявления субъектности в дискурсе сетевого сообщества (Воронин, 2019):

1. Предполагается, что субъектность – атрибут любого сетевого сообщества, и она так или иначе всегда проявляется в контенте.
2. Субъектность как феномен присуща сообществу лишь в определенные периоды его существования и возможна фиксация лишь ее «всплесков», поэтому следует оценивать максимальные проявления субъектности по разным дискурсивным признакам в разные периоды. Как вариант такого подхода можно рассмотреть субъектность сообщества в период максимальной спонтанной активности.
3. Субъектность проявляется как ответ сетевого сообщества на то или иное событие внешней социальной среды либо событие «внутренней» жизни сетевого сообщества. Субъектность в данном случае рассматривается, как самопроизвольно разворачивающаяся активность, и ее оценка напрямую связана с точной локализацией события и созданием выборки контента, инициированным в ответ на него.

Подробное описание дискурсивных маркеров субъектности, способов их выделения и последующего структурирования в обобщенные показатели подробно описаны в главах 4 и 6.

Исследование дискурса сетевых сообществ на основе реляционно-ситуационного анализа (РСА)

Как было показано во Введении, большинство методов автоматического анализа текстов сетевых дискуссий опираются лишь на лексические признаки (категории LIWC, лексические кластеры, n-граммы и др.) и не учитывают структуру текста на более высоком уровне – синтаксическом и семантическом и, кроме того, ориентированы

на работу с английским языком. В настоящей работе при анализе дискурса сетевых сообществ, помимо лексического, учитываются также другие аспекты письменной речи на русском языке.

Для анализа семантико-синтаксической структуры высказываний в нашем исследовании применяется метод реляционно-ситуационного анализа (РСА) (Осипов и др., 2008). Реляционно-ситуационный анализ позволяет выявлять семантику текста, ставя в соответствие синтаксемную структуру предложения логической структуре действий, описанных в этом предложении. Для выявления реляционно-ситуационной структуры высказываний выполняется семантико-синтаксический анализ текстов (Смирнов и др., 2014), в результате которого строится дерево полного синтаксического разбора, определяются предикаты и их аргументы, для аргументов устанавливаются семантические роли (синтаксические значения). Реляционно-ситуационное представление текста, учитывающее все уровни языка, показало свою эффективность в решении многих задач интеллектуального анализа текстов и информационного поиска.

Реляционно-ситуационный анализ является компонентом машины РСА (Ениколопов и др., 2019; Кузнецова и др., 2019), которая представляет собой инструмент лингво-статистических и корпусных исследований, ориентированный прежде всего на работу с русским языком. Этот инструмент реализует поисковые и аналитические функции для корпусов текстов или одного текста, при этом текст представляется в виде сетевой структуры произвольной сложности, что позволяет моделировать все уровни языка и любые виды разметки. Машина РСА позволяет для текста вычислять текстовые показатели (показатели РСА), которые могут использоваться для контрастных корпусных исследований в различных областях (Ениколопов и др., 2019), в том числе для исследований сетевого контента (Stankevich et al., 2019).

Теоретическое сопоставление дискурсивных маркеров субъектности и показателей РСА

В исследовании (Павлова, 2019) было показано, что маркерами коллективной субъектности выступают многие лексические единицы, такие как лексика совместности, побудительные глаголы, парольные слова, жаргонная, обсценная, эмоционально-оценочная лексика и др. Так, психологическая готовность к совместной активности

проявляется в призывах к действию, представленных побудительными глаголами, в выраженности непосредственно-реактивной составляющей дискурса и эмоционального побуждения к немедленному действию, маркируемых междометиями, частицами, окказиональными номинациями, категоричными модальными предикатами («обязан», «надо»). Защита границ сообщества проявляется в предупреждении нежелательной активности, индикаторами которой выступают глаголы и их производные с семантикой запрещения («нельзя»), пермиссивные глаголы с показателями отрицательности («не следует»). Переход к автоматическим методам обработки данных поставил задачу соотнесения выделяемых дискурсивных признаков субъектности с инструментами реляционно-ситуационного подхода (Осипов и др., 2008).

Теоретический анализ дискурсивных признаков в терминах РСА показывает, что большинство измеряемых текстовых показателей чувствительны к показателям коллективной субъектности. При этом сопоставление по этим показателям основных компонентов структуры коллективной субъектности обнаруживает релевантное для них психологическое содержание.

Например, такой параметр субъектности сетевых сообществ, как «*Обсуждение совместной деятельности*» соотносится с комплексом семантических ролей, отражающих временные параметры действий, их цели, средства, направление, результаты (*темпоратив, инструментив, дестинатив, медиатив* и пр.), а также коллективный характер (*комитатив, генератив, партитив* и др.). Показательны употребление лексики мотивации, деятельности и напряжения, представленность местоимений 1, 2, 3 лица, доля глаголов как главных средств отражения динамики. Выраженность в тексте акциональности, направленность к действию, уровень социализированности и предметность коммуникации характеризуют коэффициенты Трейгера и опредмеченности действия (Матвеева, 2013).

Компонент субъектности «Свои–чужие» связан с семантическими ролями *комитатив, абстинатив, ликвидатив, квалититив.* Вместе с тем организацию дискурса вокруг оппозиции «свои–чужие» обеспечивают стратегии и тактики вербальной агрессии: возмущение, упрек, оскорбление и соответствующие им лексические средства (Павлова и др., 2011). Здесь важны инвективы, лексика отрицательной рациональной оценки, разрушения и насилия, социального разобщения и пр. Формирование круга «своих» сопряже-

но с использованием жаргонной лексики, лексики положительной эмоциональной и рациональной оценки и ментальных действий, тональностью слов. В числе значимых грамматических категорий – количество отрицательных приставок и форм, доля глаголов и местоимений 1 и 3 лица.

Компонент коллективной субъектности *«Гражданская идентичность»* соотносится с большим массивом словарей: тематикой социального неравенства и несправедливости, власти, демографии и экологии, здравоохранения, экономики, ЖКХ и др. В ряду показателей, обладающих соответствующей спецификой, могут быть названы такие семантические роли, как *положение социальной зависимости, генератив, квалититив, основание-соответствие.* Коэффициент Трейгера, обнаруживающий склонность к активности и практическим действиям или, напротив, к рефлексии и созерцательности, также чувствителен к данной составляющей коллективной субъектности.

Текстовые показатели, соотносимые с компонентом *«Позитивная поддержка коммуникации»,* во многом пересекаются с показателями, описывающими другие компоненты коллективной субъектности. В их составе *комитатив, генератив,* принадлежность к социальной категории, *посессив* и другие семантические роли, *тональность слов, лексика положительной эмоциональной и рациональной оценки* и *ментальных действий.* Информативны «доли местоимений 1 и 2 лица единственного числа» соответствующих глаголов и такие роли, как *адресат, авторизатор* и *владелец информации.* Исследования фатического общения (Гребенщикова, Зачесова, 2014) позволяют говорить также о значимости *коэффициента логической связности,* который может указывать на поддержание диалога.

Теоретическое сопоставление показателей и маркеров субъектности по сути представляет собой декларацию предположений и позволяет рассматривать их в качестве *эмпирических гипотез.*

Методика

Психолингвистический анализ корпуса текстов сетевых сообществ и их кодирование с помощью перечня дискурсивных маркеров субъектности (Воронин и др., 2019). Тексты сетевых сообществ размечались четырьмя экспертами-психолингвистами путем выделения дискурсивных маркеров. Использовался перечень из 64 дискурсивных маркеров. Субъектность рассчитывалась как относительная

частота дискурсивных маркеров, обнаруженных в текстах сетевых сообществ. В качестве единицы анализа использовались отдельные предложения. Показатели субъектности рассчитывались в соответствии с кумулятивно-аддитивной моделью с винзорированным усреднением с усечением 5% наибольших значений с последующей конволюцией среднего арифметического. Использование именно этой модели проявления конструкта «субъектность» в дискурсивных маркерах была признана наиболее адекватной (Воронин, 2019). Ранее было показано, что психометрика субъектности сетевого сообщества базируется на приоритете разнообразия различных ее составляющих над уровнем их проявления (Воронин, 2019; Воронин, Ковалева, 2019). Вследствие этого для оценки субъектности использовались все возможные обобщенные характеристики субъектности сетевого сообщества: *девять* показателей субъектности первого уровня (*языковая и понятийная идентификация, готовность действовать, поддержка тематики сетевого сообщества, групповые нормы и ценности, планирование и результаты совместных действий, отстранение «других», защита целостности сообщества гражданская идентичность*), *два* показателя субъектности второго уровня (*обсуждение совместной деятельности, «Свои—чужие»*) и показатель *общей субъектности* как среднее по всем показателям.

Реляционно-ситуационный анализ текстов сетевых сообществ с помощью машины (РСА). Показатели РСА включали различные синтаксические показатели, основные психолингвистические показатели, различные семантические роли, различные семантические связи, показатели наличия в текстах сетевых сообществ лексики из словарей различной тематики, различные лексические показатели – всего 202 показателя (Смирнов и др., 2014). Поскольку тексты сообществ различались по величине, то использовались относительные величины. В качестве единицы анализа могли выступать реплики, предложения, клаузы, слова и символы. Был осуществлен подсчет относительных частот в соответствие с этими единицами и проведен корреляционный анализ для выявления наиболее согласованной единицы анализа. Было выявлено, что в наибольшей степени согласованными являются данные, где относительные частоты рассчитываются исходя из количества предложений.

Для *статистических расчетов* использовался пакет PASW Statistics v. 18. Конкретные статистики и критерии приведены при описании результатов исследования.

Результаты

Для сопоставление дискурсивных маркеров субъектности и показателей РСА были выбраны тексты десяти сетевых сообществ: 1) группа «Синие ведерки» на Фейсбуке – площадка для обсуждения проблем равноправия и нарушения прав граждан на российских дорогах); 2) оппозиционный политический форум Politota; 3) форум водителей автомобилей Ford; 4) сообщество с лидером на странице Фейсбука журналиста и кинокритика А. Долина; 5) групповой чат в Телеграме «Прогрессоры», посвященный отношениям между людьми и личностному росту; 6) группа в VK «Страдающее Средневековье» (площадка для обсуждения «боли, страдания и унижения в Средневековом мире и современной России»); 7) твиты и комментарии двух тредов дружеского общения в Твиттере в ситуации троллинга; 8) сообщество «Архнадзор» в Фейсбуке, которое объединяет граждан, желающих способствовать сохранению культурного наследия Москвы; 9) закрытый коллективный блог «Лепрозорий», имеющий свою мифологию и своеобразные правила; 10) сообщество «Киномания» в VK, площадка для обсуждения и просмотра фильмов. Количественные характеристики текстов сообществ представлены в таблице 8.1.

Тексты сетевых сообществ были размечены экспертами-психолингвистами, были рассчитаны абсолютные и относительные час-

Таблица 8.1

Количественные характеристики текстов сетевых сообществ

Название сетевого сообщества	Число слов	Число клауз	Число предложений
Киномания	395	79	72
Лепрозорий	1498	281	155
Троллинг	2255	477	317
Прогрессоры	1683	304	144
Синие ведерки	1110	190	109
Архнадзор	520	98	69
Сообщество с лидером	715	118	63
Автовладельцы Ford	1172	197	100
Страдающее Средневековье	238	48	21
Politota	2141	368	212

тоты обнаруженных дискурсивных маркеров субъектности (64 маркера), были вычислены различные показатели субъектности (12 показателей). Уровни различных показателей субъектности представлены в таблице 8.2.

Те же самые тексты десяти сетевых сообществ были подвергнуты лексическому и семантическому анализу с помощью машины реляционно-ситуационного анализа (РСА). Показатели РСА включали различные синтаксические показатели, основные психолингвистические показатели, различные семантические роли и связи, наличие лексики из словарей различной тематики, различные лексические показатели, всего 202 показателя. Фрагментарно уровни различных психолингвистических показателей РСА представлены в таблице 8.3.

Для оценки степени соответствия композитных показателей субъектности сетевых сообществ, дискурсивных маркеров субъектности и показателей РСА текстов сетевых сообществ были вычислены корреляции Пирсона для показателей субъектности, дискурсивных маркеров субъектности и показателей РСА. В результате была получена матрица интеркорреляций 214*214. Значимых корреляций (на уровне $p<0,05$) между показателями субъектности и показателями РСА оказалось 59.

Можно условно разделить все значимые корреляции на три группы: предсказанные при теоретическом анализе соответствия показателей субъектности и показателей РСА, условно объяснимые с привлечением дополнительных теоретических конструкций и «неожиданные» с теоретической точки зрения. В таблице 8.4 приведены некоторые показатели с наибольшей корреляцией.

Аналогичным образом была оценена степень соответствия между относительной частотой представленности в текстах дискурсивных маркеров субъектности (всего 64 маркера) и показателей РСА (всего 202 показателя). Было обнаружено 429 значимых корреляций (на уровне $p<0,05$) между дискурсивными маркерами субъектности и показателями РСА. При этом 26 соответствий между дискурсивными маркерами субъектности и показателями РСА были априори предсказаны на основе теоретического анализа и еще 85 вполне могут быть объяснены и интерпретированы как обоснованные.

В таблице 8.5 представлены некоторые значимые соответствия (корреляции) между показателями РСА и дискурсивными маркерами субъектности.

Таблица 8.2

Показатели субъектности сетевых сообществ

Название сетевого сообщества	**Показатели субъектности**											
	Языковая и понятийная идентификация	Готовность действовать	Поддержка тематики сетевого сообщества	Групповые нормы и ценности	Планирование и результаты совместных действий	Отстранение «других»	Позитивная поддержка коммуникации	Защита целостности сообщества	Гражданская идентичность	Общая субъектность	Обсуждение совместной деятельности	«Свои–чужие»
Киномания	0,07	0,00	0,05	0,00	0,00	0,00	0,06	0,02	0,00	0,02	0,00	0,04
Лепрозорий	0,06	0,04	0,09	0,06	0,06	0,00	0,11	0,01	0,00	0,05	0,05	0,04
Троллинг	0,06	0,01	0,05	0,03	0,01	0,07	0,08	0.055	0,02	0,04	0,01	0,06
Прогрессоры	0,02	0,01	0,01	0,00	0,00	0,11	0,07	0,01	0,00	0,03	0,01	0,04
Синие_ведерки	0,16	0,12	0,05	0,08	0,08	0,10	0,25	0,05	0,00	0,10	0,10	0,09
Архнадзор	0,14	0,02	0,07	0,00	0,02	0,23	0,11	0,04	0,05	0,08	0,02	0,12
Сообщество с лидером	0,13	0,06	0,07	0,03	0,01	0,03	0,20	0,02	0,02	0,06	0,03	0,06
Автовладельцы Ford	0,27	0,00	0,00	0,01	0,00	0,13	0,09	0,01	0,00	0,06	0,00	0,10
Страдающее Средневековье	0,01	0,02	0,04	0,00	0,00	0,00	0,04	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01
Politota	0,09	0,02	0,01	0,02	0,02	0,15	0,09	0,02	0,00	0,05	0,02	0,07

Таблица 8.3
Показатели PCA сетевых сообществ

Всего 202 показателя

Название сетевого сообщества	**Показатели PCA**										
	Число предложений	Число знаков препинания	Число восклицательных знаков/ Число предложений	Причастия + деепричастия/ Число предложений	Коэффициент Трейгера	Коэффициент логической связности	Коэффициент опредмеченности действия	Словарь: Лексика страдания	Словарь: Тематическая_ Власти	Сем. роль: субъект	Сем. связь: ADR
Киномания	72	143	0,056	0,028	1,618	0,245	0,301	0,028	0,000	0,222	0,000
Лепрозорий	155	329	0,129	0,019	2,386	0,675	0,579	0,148	0,006	0,361	0,026
Троллинг	317	702	0,211	0,088	1,760	0,455	0,496	0,079	0,003	0,322	0,019
Прогрессоры	144	409	0,069	0,160	1,130	0,792	0,471	0,104	0,000	0,500	0,021
Синие ведерки	109	239	0,147	0,202	1,410	0,761	0,467	0,000	0,018	0,257	0,028
Архнадзор	69	146	0,290	0,130	1,540	0,483	0,367	0,058	0,159	0,203	0,000
Сообщество с лидером	63	205	0,190	0,143	1,123	0,762	0,367	0,175	0,000	0,476	0,000
Автовладельцы Ford	100	314	0,010	0,050	1,188	0,813	0,412	0,070	0,000	0,380	0,010
Страдающее Средневековье	21	75	0,571	0,048	1,900	0,762	0,373	0,095	0,000	0,476	0,048
Politota	212	419	0,042	0,189	1,447	0,640	0,474	0,066	0,085	0,406	0,014

Таблица 8.4

Соответствие показателей субъектности и показателей РСА

Показатели субъектности	**Показатели РСА, значимо коррелирующие с показателями субъектности (в скобках величина корреляции)**		
	Теоретически предсказанные и подтвержденные соответствия	Условно объяснимые соответствия	Неожиданные, возможно, случайные соответствия
Готовность действовать	Р – квантитатив (0,631) Р – транзитив (0,740)	Л – безысключительная и усилительная (0,633)0, Сопротивление (0,636)	
Планирование и результаты совместных действий	Р – квантитатив (0,823) Р – результатив (0,799) Р – транзитив (0,762) С – tra (0,746)	Л – Протест (0,733) Экономика (0,710) Сопротивление (0,770) Р – адресат (0,686)	С – tra (0,664)
Отстранение «других»	Л – Власть (0,872) Силовые структуры (0,838)	Р – Способ действия (0,780) С – Пациенс (0,837)	Л – ЖКХ (0,728)
Позитивная поддержка коммуникации		Л – безысключительная и усилительная (0,774) С – ptn (0,674)	Л – Дети и образование (0,779) Р – Ликвидатив (0,726) С – ptn (0,674)0, tmp (0,630)

Продолжение таблицы 8.4

Показатели субъектности	**Показатели РСА, значимо коррелирующие с показателями субъектности (в скобках величина корреляции)**		
	Теоретически предсказанные и подтвержденные соответствия	Условно объяснимые соответствия	Неожиданные, возможно, случайные соответствия
Гражданская идентичность	Л – Социальное разобщение (0,878) Разрушение и насилие (0,681)	Уникальные слова (–0,702) число отрицат. приставок и форм (0,640) число восклицательных знаков (0,705), доля местоимений 1 лица мн. числа (0,672) Р – аблатив (0,675), инструментив (0,633), локатив (0,638)	Число слов (–0,768) С – tmp (0,657)
Общая субъектность		Л – ЖКХ (0,685) Экономика (0,686) Р – транзитив (0,696) Пациенс (0,636)	С – tmp (0,716)
Обсуждение совместной деятельности	Р – квантитатив (0,790) результатив (0,655)	Л – Протест (0,738) Сопротивление (0,771)	С – tra (0,680)
«Свои–чужие»	Л – власть (0,655)	Р – способ действия (0,683) Пациенс (0,748)	С – tmp (0,661)

Примечание: Р – Семантико-синтаксические роли; С – Семантическая связь; Л —Лексика из соответствующего словаря; TRA – транзитивная связь, в которой один компонент обозначает маршрут, трассу движения другого; TMP – темпоральная связь, в которой один компонент выражает временную локализацию признака, названного другим компонентом.

Таблица 8.5

Соответствие дискурсивных маркеров субъектности и показателей РСА

Дискурсивные маркеры субъектности	**Показатели РСА, значимо коррелирующие с дискурсивными маркерами (в скобках величина корреляции)**		
	Теоретически предсказанные и подтвержденные соответствия	Условно объяснимые соответствия	Неожиданные, возможно случайные соответствия
Призывы к акциям за рамками сетей	Р – результатив (0,771)	Р – транзитив (0,757) С – tra (0,944) Л – Протест и Сопротивление (0,978)	
Призывы к действию	Р – результатив (0,798)	Р – субъект-участник (0,683) транзитив (0,823) С – tra (0,875) Л – Протест и Сопротивление (0,904)	Р – абстинатив (0,683) квантитатив (0,947) С – tra (0,875)
Сообщение о готовности что-либо сделать		Р – темпоратив (0,638) ликвидатив (0,669) ситуатив (0,810)	Л – Страдание (0,647) безысключительная и усилительная лексика (0,716) Р – дименсив (0,634)
Сообщения о своем опыте	Доля глаголов прош. времени (0,635)	Л – безысключительная и усилительная (0,710) С – pot (0,787)	Р – Дименсив (0,841) Ликвидатив (0,870)
Подведение итогов деятельности, ее результатов	Р – квантитатив (0,940) результатив (0,803) Субъект-соучастник (0,656)	Р – транзитив (0,695)	Л – Преступность (0,694) Р – абстинатив (0,656) С – tra (0,973)

Продолжение таблицы 8.5

Дискурсивные маркеры субъектности	**Показатели РСА, значимо коррелирующие с дискурсивными маркерами (в скобках величина корреляции)**		
	Теоретически предсказанные и подтвержденные соответствия	Условно объяснимые соответствия	Неожиданные, возможно случайные соответствия
Защита границ, спор с другими, агрессия по отношению к другим	Р – ликвидатив (0,632)		Доля глаголов прошедшего времени (0,835) С – pot (0,631)
Обсуждение социальной защищенности	Л – Власть (0,710) Социальное разобщение (0,709)	Число отрицат. приставок и форм (0,782) число восклицательных знаков / число предложений (0,668)	Число уникальных слов / число слов (0,671) доля местоимений 1 лица мн. числа (0,670) С – каузатор (0,751) Пациенс (0,829)
Активная жизненная и гражданская позиция, установка на изменения	Л – Власть (0,721) ЖКХ (0,886) Экономика (0,691) Силовые структуры (0,859)	доля местоимений 1 лица мн. числа (0,776) Л – Мягкие инвективы (0,671)	Р – Пациенс (0,776)

Примечание: Р – Семантико-синтаксические роли; С – Семантическая связь; Л – Лексика из соответствующего словаря; TRA – транзитивная связь, в которой один компонент обозначает маршрут, трассу движения другого (*Старик идет по дороге*); POT – потенсивная связь, в которой один компонент приводит к увеличению возможности появления другого спустя некоторое время (*Начавшееся наводнение грозит затоплением прибрежных районов*).

Многочисленные значимые корреляции между дискурсивными признаками субъектности и показателями РСА подтверждают предположение о проявлении в дискурсе сообщества его субъектности (Воронин и др., 2019).

Наиболее точные эмпирические подтверждения относятся к таким композитным показателям субъектности, как «Планирование и результаты совместной деятельности», «Готовность действовать» и объединяющему их «Обсуждению совместной деятельности». Теоретический и эмпирический анализ выявил соответствия их дискурсивных маркеров и показателей РСА, относящихся к семантическим ролям, которые отражают цели, средства, результаты, а также совместность действий. Так, дискурсивный маркер «планирование деятельности: напоминания, оповещение и т. д.» соответствует семантико-синтексическим ролям: *дестинитив, директив, инструментив, локатив;* «планирование, обсуждение планов (поддержка, предложения, критика, скепсис)» – *результатив, транзитив;* «подведение итогов деятельности, ее результатов» – *результатив, субъект-соучастник;* «призывы к акциям за рамками сетей» и «призывы к действию» – *результатив.* Выявлена также релевантность маркера «сообщение о совершенных действиях» с «долей местоимений 1 лица множественного числа», маркирующих субъекта совместных действий. Помимо этого, было обнаружено, что эмпирическое соответствие показателя РСА «семантическая связь ТРА» (транзитивная) и показателя субъектности «Обсуждение совместной деятельности» было ранее теоретически предсказано в отношении отдельных, входящих в нее дискурсивных маркеров, как выражающее локативные параметры действий.

Наибольшее количество эмпирических подтверждений результатов теоретического анализа по показателю «Обсуждение совместной деятельности» демонстрирует соответствие полученных с помощью машины РСА данных представлениям о субъектности, прежде всего, как феномене, проявляющемся в различных формах совместной активности (Журавлев, 2002) и в случае сетевых сообществ выражающемся в их дискурсе (Воронин и др., 2019).

Вместе с тем обнаружены и теоретически не установленные, но эмпирически выявленные соответствия данного дискурсивного показателя и «словарных» показателей РСА, таких как лексика протеста и сопротивления. Вероятно, подобная тематика способствует повышению субъектности сообществ, объединяя пользователей определенных убеждений и готовых к активным действиям.

В то же время для других показателей субъектности их соответствие лексике из тематических словарей было предсказано уже в ходе теоретического анализа. В первую очередь это относится к «Гражданской идентичности», дискурсивные маркеры которой соотносятся с рядом словарей: например, «обсуждение социальной защищенности» соответствует лексике власти и социального разобщения, а «активная жизненная и гражданская позиция, установка на изменения» – лексике власти, ЖКХ, экономики, силовых структур. Такой результат был вполне предсказуем, так как соответствует представлениям о гражданской деятельности, которая охватывает широкий круг общественно значимых тем. Выраженность «Гражданской идентичности» повышает уровень субъектности сетевых сообществ и находит отражение в их дискурсе. Другие показатели РСА, релевантные данному компоненту субъектности, были выявлены только эмпирически; их психологическое содержание соответствует дискурсивным маркерам, как, например, «число отрицательных приставок и форм» или «доля местоимений 1 лица множественного числа».

Интересным результатом явилось обнаружение соответствий такого показателя РСА, как «связь PTN» (описывающая морально-психологическое отношение одного компонента к другому и появляющаяся между субъектом и объектом в предложениях) и ряда дискурсивных маркеров, относящихся к разным показателям субъектности. Это такие маркеры, как «создание эмоционального настроя, воодушевления, уверенности и др.», «сообщение о своем опыте», «защита границ, спор с другими, агрессия по отношению к другим», «формулирование и поддержание правил общения: приветствия, прощания, поздравления, формулы вежливости и др.», «декларация и обсуждение (проявление) гражданской идентичности» и др. Представляется, что данный показатель РСА, являясь неспецифичным по отношению к маркерам субъектности, демонстрирует выраженность диалогичности дискурса сетевого сообщества, в свою очередь способствующей повышению субъектности.

Кроме того, следует отметить, что некоторые результаты, которые были отнесены к неожиданным и, возможно, случайным, могут в дальнейшем найти свое объяснение. Так, например, данные о том, что обсуждение тем образования сопровождается более адекватными и вежливыми комментариями (Stroud et al., 2015) помогут понять выявленное в результате эмпирического анализа соответствие лек-

сики «Дети и образование» и показателя субъектности «Позитивная поддержка коммуникации».

Заключение

При проведении эмпирического исследования субъектности сетевых сообществ необходимо решение определенных проблем методологического характера. Так, проблема объекта исследования свойства сетевых сообществ обусловлена различными представлениями о сетевом обществе, конституирующем характер взаимодействий и отношений между участниками сетевого сообщества. В качестве объекта исследования могут выступать отдельные участники сообществ, функциональные сети, презентирующие взаимодействие участников сетевого сообщества и конкретные социальные медиа, определяющие характер взаимодействия в них. В любом случае объектом конкретного исследования выступает пользовательский контент, генерируемый участниками сетевых сообществ, и сведения о характере взаимосвязей аккаунтов. Проблема субъектности сетевого сообщества как предмета исследования индуцирована неопределенностью размера сообщества. Значительный разброс в размере сетевых сообществ от малой до большой социальной группы и его спонтанные флуктуации не позволяют использовать характеристики субъектности реальных сообществ, непосредственно связанные с их размером. Проблема идентификации участников сетевого сообщества предопределена представленностью участников сетевого сообщества их аккаунтами и связанным с ними контентом. Одним из подходов, частично снимающих указанные проблемы, может стать анализ коммуникации сетевого сообщества без конкретизации конкретных участников. При этом объектом исследования будет выступать пользовательский контент, связанный с аккаунтами посредством социальных медиа, а дискурсивная парадигма исследования, предусматривающая изучение реальных коммуникативных практик в различных ситуациях и социокультурных контекстах, представляется наиболее адекватной. Субъектность сетевого сообщества в этом случае будет базироваться на проявлении дискурсивных признаков в пользовательском контенте, а ее оценка будет зависеть от верификации психометрической модели проявления дискурсивных признаков в характеристиках коллективной субъектности. Для анализа семантико-синтаксической структуры контента применим метод реляци-

онно-ситуационного анализа (РСА), в результате которого строится дерево полного синтаксического разбора, определяются предикаты и их аргументы, для аргументов устанавливаются семантические роли (синтаксические значения). Теоретическое сопоставление дискурсивных маркеров субъектности и показателей РСА демонстрирует множественные соответствия показателей РСА и дискурсивных показателей субъектности. Эмпирическое сопоставление параметров субъектности, дискурсивных маркеров субъектности и показателей РСА на текстах десяти сетевых сообществ выявило значительное количество (больше 250) соответствий, часть из которых была теоретически предсказана, часть – вполне объяснима в рамках семантического анализа и сопоставления с психологическими конструктами субъектности, и, вероятно, часть из выявленных соответствий носит случайный характер. Интерпретация соответствий маркеров субъектности и показателей РСА, скорее всего, будет расширяться с появлением новой информации о субъектности сетевых сообществ. Расширение эмпирической базы исследования до нескольких десятков сообществ позволит разработать регрессионные модели субъектности по показателям РСА и осуществить автоматическую оценку субъектности сетевых сообществ. Это позволит оценивать динамику субъектности сетевых сообществ в зависимости от различных социальных событий и осуществлять мониторинг субъектности сообществ различной тематики по различным регионам.

ГЛАВА 9

Регрессионные модели субъектности сетевых сообществ по показателям автоматического реляционно-ситуационного анализа

Современное состояние общества характеризуется перемещением значительной доли общественных отношений в интернет-пространство. В социальных сетях образуются новые связи, формируются группы, разворачивается внутригрупповое и межгрупповое взаимодействие. Интернет-контент воспроизводит существующие этические нормы и правила его создателей, отражает традиционные установки и предпочтения данного общества (Soffer, 2013). Группу людей, поддерживающих общение и ведущих совместную деятельность при помощи социальных медиа, реализованных в рамках подхода Web 2.0, определяют как сетевое сообщество. Наука о сетях предлагает сужение определения сетевое сообщество до группы участников, связанных между собой бóльшим числом связей, чем с участниками из других сообществ. При таком подходе сетевые сообщества определяются как локально плотно связанные подграфы в сети, где отдельные аккаунты – узлы, а их коммуникативные действия – ребра графа. Объектом эмпирического исследования при изучении сетевых сообществ выступает пользовательский контент, генерируемый участниками сетевых сообществ, и сведения о характере взаимосвязей аккаунтов (Воронин, 2019). Наиболее адекватным психологическим подходом для изучения контента сетевых сообществ представляется дискурсивная парадигма, предусматривающая изучение реальной коммуникативной практики в различных ситуациях и социокультурных контекстах (Павлова, 2020; Potter, 2011). Проблема исследования субъектности сетевого сообщества в рамках дискурса сводится к выделению адекватных дискурсивных признаков, связанных с теми или иными характеристиками субъектности. При этом воз-

можно использование разноуровневых дискурсивных признаков (лексическо-грамматических показателей, процессуальных и семантических), связанных с различными признаками субъектности сообществ разного размера. Так, маркерами субъектности могут выступать многие лексические единицы, такие как лексика совместности, побудительные глаголы, парольные слова, жаргонная, обсценная, эмоционально-оценочная лексика и др. Крайне важны дискурсивные характеристики процесса коммуникации, разворачивающегося в ходе дискуссий: нарастание сходства обсуждаемых тем, наличие цепочек комментариев, их длина, пространность и пр. Среди процессуальных характеристик значимыми представляются такие, которые относятся к особенностям общения и выступают важнейшим проявлением субъектности сообщества. Не менее значимое место в перечне дискурсивных характеристик субъектности занимают семантические категории, которые не получают конкретной формы реализации, но могут быть надежно идентифицированы экспертами по смыслу: способность следовать организационным и управляющим воздействиям, отображение группового образа цели, информирование о текущем состоянии дела или проблемы и пр.

Выделение дискурсивных маркеров открывает возможности оценки свойств сетевых сообществ, особенностей протекающих в них групповых процессов и их динамики (Павлова и др., 2020; Voronin et al., 2019). Социальная динамика в сетевой интернет-среде является сегодня предметом множества научных дисциплин, связанных с изучением человека информационной эпохи. Привлечение к социально-психологическим и дискурсивным исследованиям сетевых сообществ математических методов дает возможность осуществлять анализ больших данных, позволяющий обнаруживать ранее трудно выявляемые закономерности (Погорский, 2014; Manovich, 2017).

При этом одним из приоритетных направлений исследований остается разработка методов анализа интернет-дискурса, осуществление которого возможно на разных уровнях и с разными задачами. Для выделения лингвистических маркеров психологических характеристик используются специальные инструменты, например, Linguistic Inquiry and Word Count (Pennebaker, Campbell, 2000) или Text Analysis, Crawling and Interpretetion Tool (Dehgani et al., 2017). По результатам, с помощью семантического анализа сообщений, интернет-запросов и постов в сетях с учетом «цифровых следов» были получены более точные оценки некоторых психологических харак-

теристик человека, чем с помощью стандартизированных психологических опросников (Azucar et al., 2018; Lambiotte, Kosinski, 2014), показаны возможности выявления личностных ценностей (Wilson, 2019). Технологии анализа цифровых следов как маркеров психологических характеристик разработаны с опорой преимущественно на компьютерную лингвистику при изучении сообщений блоггеров в Твиттере (Mairesse et al., 2007; Yarkoni, 2010). Сегодня анализ контента социальных сетей позволяет определять различные психические заболевания, суицидальные состояния, тяжелые эмоциональные расстройства (Al-Mosaiwi, Johnstone, 2018; Grunebaum, 2015; Jashinsky et al., 2014), в частности, выявлять уровень депрессии по текстовым сообщениям, как было сделано на материале, полученном из Фейсбука (Schwartz et al., 2014). На основании используемой лексики возможно прогнозирование непосредственно поведения, такого как, например, совершение повторных преступных действий (Drouin, Boyd, 2018).

Предлагаемый в данном исследовании подход автоматического анализа контента отличается от реализованных ранее подходов привлечением методов искусственного интеллекта, глубокого лингвистического анализа, преодолевающего рамки относительно легко формализуемых компонентов текста (преимущественно лексических, грамматических и морфологических), и частотного анализа, которые выступают в качестве основных средств извлечения информации. Для анализа семантико-синтаксической структуры контента в нашем исследовании применяется метод реляционно-ситуационного анализа (РСА) (Осипов и др., 2008). Реляционно-ситуационный анализ позволяет выявлять семантику текста, ставя в соответствие логической структуре действий, описанных в предложении, синтаксемную структуру предложения. Для выявления реляционно-ситуационной структуры высказываний выполняется семантико-синтаксический анализ текстов (Смирнов и др., 2014), в результате которого строится дерево полного синтаксического разбора: определяются предикаты и их аргументы, для последних устанавливаются семантические роли (синтаксические значения). Реляционно-ситуационное представление текста, учитывающее все уровни языка, показало свою эффективность в решении многих задач интеллектуального анализа текстов и информационного поиска. Так, установлено, что выявляемые с помощью метода РСА предикатно-синтаксемные структуры с психологической точки зрения отража-

ют глубинные структуры, соотносимые с языковой картиной мира личности, дающие доступ к ее смысловой сфере (Ениколопов и др., 2019), определены текстовые проявления агрессивности и фрустрированности (Ковалев и др., 2019; Кузнецова и др., 2020).

В проводимых нами исследованиях объединение социально-психологического и дискурсивного подходов к изучению субъектности сетевого сообщества с математическими методами анализа (РСА текста) позволяло раскрыть психологические механизмы функционирования сетевых сообществ любой размерности, представляющих собой группы людей, объединенных особыми связями и отношениями, способных к совместной активности и саморефлексии, взаимодействие которых осуществляется в дискурсивном пространстве Интернета и динамично меняется в режиме реального времени.

В ранее проведенных исследованиях было выявлено значительное количество (больше 250) соответствий между параметрами субъектности и показателями РСА, при этом часть из них была теоретически предсказуема и вполне объяснима в рамках семантического анализа при сопоставлении показателей РСА и психологических конструктов субъектности (Воронин и др., 2020). В рамках данной работы предпринята попытка дальнейшего исследования субъектности сетевых сообществ путем расширения эмпирической базы исследования до нескольких десятков сообществ, определения регрессионных моделей субъектности по показателям РСА, что позволит в дальнейшем осуществлять автоматическую оценку субъектности сетевых сообществ различной направленности и тематики. Соответственно, целью данного исследования является разработка регрессионных моделей субъектности по автоматически определяемым показателям РСА и определение наиболее значимых предикторов различных показателей субъектности сетевых сообществ.

Процедура и методы исследования

Для построения регрессионных моделей субъектности по показателям РСА был проанализирован контент 64 сетевых сообществ различной тематической направленности с различным уровнем проявления оффлайн-активности. Для исследования выбирались группы из открытого сегмента социальных сетей, в том числе:

- группа «Синие ведерки» в Фейсбуке – площадка для обсуждения проблем равноправия и нарушения прав граждан на российских дорогах;
- оппозиционный политический форум Politota;
- сообщество с лидером – страница в Фейсбуке известного кинокритика;
- групповой чат в Телеграме «Прогрессоры», посвященный отношениям между людьми и личностному росту;
- группа в VK «Страдающее Средневековье», площадка для обсуждения проблем «современной России» в саркастической форме;
- сообщество «Архнадзор» в Фейсбуке, которое объединяет граждан, желающих способствовать сохранению культурного наследия Москвы;
- сообщество любителей игры «Detroit: Become Human»;
- сообщество мастеров кукол на BJDClub;
- сообщество «Крыса не подарок» на «Пикабу»;
- сообщество поиска пропавших с помощью нейросетевой программы «Лакмус» на «Лиза-Алерт» и др.

Объем контента каждого из сообществ определялся обсуждением некоторой актуальной для сообщества проблемы и находился в пределах от 6040 до 30794 знаков. Все тексты подверглись психолингвистическому и реляционно-ситуационному анализу.

Психолингвистический анализ корпуса текстов сетевых сообществ и их кодирование осуществлялось с помощью перечня дискурсивных маркеров субъектности (Воронин и др., 2019). Тексты сетевых сообществ размечались четырьмя экспертами-психолингвистами путем выделения дискурсивных маркеров. Субъектность рассчитывалась как относительная частота дискурсивных маркеров, обнаруженных в текстах сетевых сообществ. В качестве единицы анализа использовались отдельные предложения. Показатели субъектности рассчитывались в соответствии с кумулятивно-аддитивной моделью с винзорированным усреднением с усечением 5% наибольших значений и последующей конволюцией среднего арифметического. Использование именно этой модели проявления конструкта «субъектность» в дискурсивных маркерах была признана наиболее адекватной (Воронин и др., 2019). Ранее было показано, что психометрика субъектности сетевого сообщества базируется на приоритете разнообразия различных ее составляющих над уров-

нем их проявления (Воронин, Ковалева, 2019; Воронин и др., 2019). Вследствие этого для оценки субъектности использовались все возможные обобщенные характеристики субъектности сетевого сообщества: девять показателей субъектности первого уровня (языковая и понятийная идентификация, готовность действовать, поддержка тематики сетевого сообщества, групповые нормы и ценности, планирование и результаты совместных действий, отстранение «других», защита целостности сообщества гражданская идентичность), два показателя субъектности второго уровня (обсуждение совместной деятельности, «свои» – «чужие») и показатель общей субъектности как среднее по всем показателям.

Автоматический реляционно-ситуационный анализ текстов сетевых сообществ осуществлялся с помощью машины РСА. Показатели РСА включали синтаксические, основные психолингвистические данные – семантические роли, семантические связи, показатели наличия в текстах сетевых сообществ лексики из словарей различной тематики – всего 202 показателя (Смирнов и др., 2014). Поскольку тексты сообществ различались по объему, то применялись относительные величины. В качестве единицы анализа использовалось предложение как наиболее адекватная единица среди множества возможных (реплики, клаузы, слова и др.) (Воронин и др., 2020).

Для статистических расчетов использовался пакет PASW Statistics v. 18. Конкретные статистики и критерии приведены при описании результатов исследования.

Результаты и обсуждение

Для выявления предикторов субъектности был проведен множественный регрессионный анализ данных методом Stepwise. В качестве зависимой переменной последовательно выступали показатели субъектности сетевого сообщества, в качестве независимых переменных – показатели автоматического реляционно-ситуационного анализа. Так, для показателя «Общая субъектность» было подобрано 33 модели (таблица 9.1), при этом, начиная с 8-й модели, скорректированный $R^2>0,8$, что говорит о ее приемлемости и приемлемости всех последующих моделей с большим количеством независимых переменных (Вучков и др., 1987).

Начиная с 21-й модели R^2 становится равным 1, и последующее увеличение количества независимых переменных не приводит к по-

Таблица 9.1

Сводная таблица регрессионных моделей общей субъектности

Модель	R^2	Скорректированный R^2	Стд. ошибка оценки
8	0,875	0,856	0,005
9	0,909	0,894	0,004
10	0,93	0,917	0,004
11	0,942	0,93	0,003
12	0,96	0,951	0,003
13	0,977	0,971	0,002
14	0,982	0,977	0,002
15	0,986	0,982	0,002
16	0,991	0,987	0,001
17	0,993	0,991	0,001
18	0,996	0,995	0,001
19	0,998	0,997	0,001
20	0,999	0,999	0,000
21	1	0,999	0,000

вышению точности регрессионной модели. Оценка эффекта мультиколлинеарности осуществлялась с помощью коэффициента разброса дисперсии (VIF). С 1-й по 17-ю модель VIF для предикторов находится в пределах от 1.002 до 5.162, однако у моделей с бóльшим количеством предикторов появляется коэффициент VIF>10, что ограничивает количество приемлемых моделей до 17. При этом наблюдается хорошее согласование гистограммы остатков с нормальным распределением у всех моделей из этого списка (на рисунке 9.1 в качестве примера приведена гистограмма остатков для 17-й модели). Автокорреляция остатков регрессионной модели, оцененная с помощью теста Дарбина–Ватсона (Durbin–Watson), составляет 2,436, что говорит об ее отсутствии.

В результате проведения регрессионного анализа были выявлены основные предикторы общей субъектности и оценен вносимый ими вклад. В таблице 9.2 приведен перечень независимых переменных – показателей PCA, и указаны регрессионные коэффициенты,

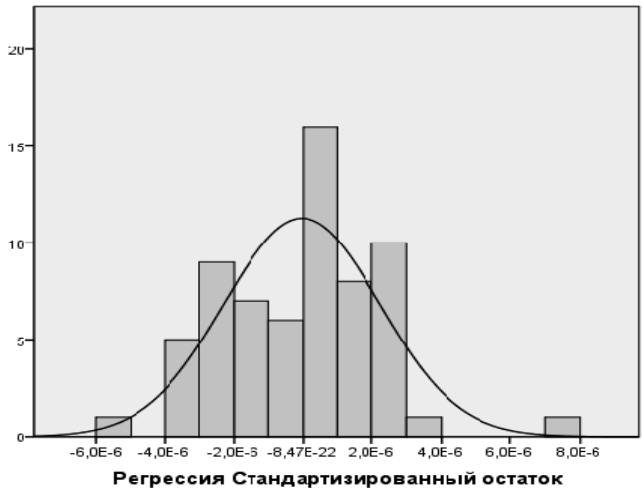


Рис. 9.1. Гистограмма остатков и кривая нормального распределения для 17-й модели

указывающие на важность этих переменных в регрессионном уравнении.

Анализ статистик согласия, в том числе скорректированного информационного критерия Акаике для ограниченных выборок (AICC) и информационного критерия Байеса (BIC), показывает, что они последовательно возрастают по мере увеличения количества предикторов в модели, соответственно, исходя из целей дальнейшего использования регрессионных моделей, имеет смысл ориентироваться либо на первую модель с приемлемым скорректированным R^2 (в нашем случае это модель 8), либо на последнюю модель с допустимой мультиколлинеарностью (модель 17). Поскольку целью исследования являлось предсказание субъектности сетевого сообщества по автоматически получаемым показателям PCA, вследствие наличия большого количества независимых переменных по сравнению с количеством анализируемых объектов (текстов сетевых сообществ) была проведена кросс-валидация данных по K блокам (K-fold crossvalidation). Данные были разбиты случайным образом на четыре блока, три из которых путем перебора 4 раза выступали в качестве тренировочного набора и один оставшийся блок – в качестве контрольной выборки. В таблице 9.3 представлены результаты оценки моделей при различных вариантах разбиения. Для всех моделей мульти-

Таблица 9.2
Показатели PCA, выступающие предикторами общей субъектности

Модель 17. Скорректированный $R^2 = 0{,}997$		
	β	Знач.
Сем. роль: социальная категория	−0,678	0,000
Сем. роль: объект	0,651	0,000
Словарь: Социальное неравенство и несправедливость	−0,600	0,000
Сем. связь: LOC	−0,423	0,000
Сем. роль: фабрикатив	0,559	0,000
Число символов	−0,437	0,000
Словарь: Тематическая, Власти	0,375	0,000
Сем. роль: квантитатив	0,362	0,000
Сем. роль: ликвидатив	0,304	0,000
Средняя длина слов (в количестве символов)	0,302	0,000
Сем. роль: оцениваемое действие	0,297	0,000
Сем. связь: OBJ	−0,273	0,000
Число предложений	0,253	0,000
Словарь: Уголовный жаргон	0,207	0,000
Сем. роль: тематив	−0,189	0,000
Сем. роль: аблатив	0,182	0,000
Сем. роль: владелец инф.	−0,059	0,000

коллинеарность и аутокорреляция остатков находятся в допустимых пределах.

Из таблицы 9.3 следует, что для двух разбиений модель вполне адекватна и успешно предсказывает уровень субъектности сетевого сообщества при автоматическом анализе контента с помощью машины PCA ($R^2>0{,}8$, MSE≤0,027, MAPE≤5%, значимый уровень корреляции). При двух других разбиениях качество модели находится на грани допустимого и доля ошибок может достигать более 9%. Следует отметить, однако, что в трех разбиениях из четырех выявлена значимая корреляция в контрольной группе между уровнем субъектности, предсказанным по модели, и показателем субъ-

Таблица 9.3

Оценка качества модели при кросс-валидации данных

Показатели качества модели	Разбиение по блокам			
	1	**2**	**3**	**4**
Скорректированный R^2	0,860	0,891	0,781	0,785
MSE	0,002	0,001	0,004	0,004
MAPE	2,813	1,258	8,531	9,297
Корреляция Спирмена между субъектностью по К-модели и уровнем субъектности по дискурсивным маркерам для контрольной выборки К-разбиения	0,732**	0,750**	0,483	0,498*

Примечание: ** – корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторонняя); * – корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторонняя).

ектности в ходе психолингвистического анализа по дискурсивным маркерам.

Аналогичным образом были рассчитаны регрессионные модели для других показателей субъектности. Для каждого из 11 оставшихся показателей субъектности удалось построить адекватные исчерпывающие регрессионные модели с R^2, приближающимся к 1, с приемлемыми характеристиками качества. Обширность полученных результатов не позволяет в рамках главы привести их все, вследствие этого укажем лишь наиболее популярные (встречающиеся во многих моделях) показатели релиционно-ситуационного анализа, детерминирующие уровень субъектности сетевых сообществ. В первую очередь к ним относится частота встречаемости специфической лексики: протестная лексика, молодежный жаргон, лексика, тематически связанная с «властью», лексика отрицательной рациональной оценки, уголовный жаргон, лексика «социального неравенства и несправедливости». В качестве предикторов часто выступают такие показатели реляционно-ситуационного анализа, как относительная частота встречаемости семантических ролей и связей (таблица 9.4).

Выявленные в результате регрессионного анализа предикторы субъектности согласуются с ранее описанными показателями субъектности сообществ. Они частично совпадают с характеристиками субъектности реальных социальных групп (например, совместная активность) (Емельянова, Журавлев, 2009; Журавлев, 2018) и согла-

Таблица 9.4

Наиболее значимые предикторы субъектности сетевых сообществ – показатели PCA (семантические роли и связи)

Семантическая роль	**Описание**
Аблатив	Исходная точка движения
Предикат	Утверждение, высказанное о субъекте
Каузат	Объект каузирующего воздействия
Субъект	Компонент, которому приписывается предикативный признак
Эстиматив	Один из предикатов в авторизованных полипредикативных конструкциях с глаголами *считать, называть, находить*
Критерий оценки	Критерии оценки
Посессив	Предикативный компонент со значением: а) посессивного объекта или б) свойства, характеризующего субъект, при глаголе *иметь*
Тематив	Компонент, называющий тему оцениваемой ситуации
Темпоратив	Компонент, выражающий временные характеристики
Дименсив	Размер, исчисляемая мера величины
Социальная категория	Характеристика лица по принадлежности его к категории, группе лиц, обычно социально значимой
Объект	Компонент с предметно-вещественным значением, подвергающийся действию или каузативному воздействию
Квантитатив	Количественный показатель изменения или соотношения признаков
Ликвидатив	Объект каузирующего воздействия; результатом каузирующего воздействия является прекращение существования объекта
Семантическая связь	**Описание**
TMP	Темпоральная связь, в которой один компонент выражает временную локализацию признака, названного другим компонентом
ADR	Адресатная связь, один компонент которой называет лицо или, реже, предмет, к которому обращено информативное, донативное или эмотивное действие лица, названного другим компонентом
LOC	Локативная связь, один компонент которой называет местонахождение другого компонента

Продолжение таблицы 9.4

Семантическая связь	**Описание**
DLB	Делиберативная связь, один компонент которой выражает содержание речемыслительного, социального действия или восприятия лица, названного другим компонентом
OBJ	Объектная связь, один компонент которой называет объект действия субъекта, названного другим компонентом
SIT	Ситуативная связь, в которой один компонент обозначает ситуацию, определяющую ситуацию или область действия другого компонента

суются со специфичными для сетевых сообществ характеристиками: маркирование «чужих» и их отстранение, идентификация и поддержка «своих», гражданская идентичность (Воронин и др., 2019). Так, совместная активность, в различных формах которой прежде всего проявляется феномен субъектности (Журавлев, 2002), предполагает организацию и планирование деятельности, что релевантно аблативу и каузату, отражающему воздействие в дискурсе, адресатной связи, показывающей направленность действий, а также темпоративу и темпоральной связям, выражающим конкретизацию реальных планов. Кроме того, совместность выражается в языковой и понятийной идентификации участников, обнаруживающейся в специфической лексике контента сетевого сообщества. Реализовать совместную активность позволяет и взаимосвязанность участников сообщества, являющаяся базовой характеристикой субъектности. В контенте сообществ с более высоким уровнем субъектности реже встречается тематив, но чаще критерий оценки, что говорит о сформированности намерений действовать, так как уже известно, что следует делать, но важно определить, как это нужно делать. Совокупность перечисленных ролей позволяет говорить о некой гиперроли, характерной для контента сетевых сообществ с повышенной субъектностью, – «оперативность действия».

Взаимосвязанность проявляется и в коммуникативной направленности собеседников друг на друга, что соответствует адресатной связи. В то же время выявление предиктора «критерий оценки», а также «оцениваемое действие» и «лексика отрицательной рациональной оценки», можно объяснить оценкой в дискурсе сетевых сообществ, не только обсуждаемых топиков, но и маркированием «своих–чу-

жих», которое специфично именно для сетевых сообществ. Еще одной специфичной характеристикой субъектности сетевых сообществ является выражение в дискурсе гражданской идентичности. Декларации активной позиции и установок на изменение существующего положения, критике власти соответствуют в качестве предикторов субъектности показатели РСА, относящиеся как к специфической лексике, связанной с властью и протестом, отрицательной рациональной оценкой, так и к семантической роли «ликвидатив», отражающей радикальные действия. Получается, что именно направленность на активные преобразования, а не просто обсуждение общественно значимых тем, социального неравенства и несправедливости, способствует повышению субъектности сетевого сообщества. С определенными оговорками совокупность этих предикторов складывается в еще одну гиперроль – «протестные радикальные действия». Обнаружение предикторов субъектности «прецедентные тексты», «архаизмы», «междометия» и др. можно интерпретировать по-разному: рассмотреть как показатели языковой и понятийной общности, проявляющиеся в «прецедентных текстах» и «архаизмах», или объяснить изменением тональности дискурса, выражающейся в том числе и в междометиях, которые сопутствуют эмоциональному побуждению к действию или эмоциональной поддержке, представляющими собой дискурсивные маркеры субъектности. В связи с этим данный показатель РСА требует уточнения и дифференциации. Наконец, большее число предложений наряду с меньшим числом символов свидетельствует о «насыщенности» дискурса сообществ с высоким уровнем субъектности и переходе от открытой полемики к «деловому» дискурсу с включением эллиптических конструкций, указывающих на слаженность, понимание с полуслова, повышенную активность участников коммуникации и их готовность к совместным действиям.

Выводы

Показатели РСА на прецендентных текстах позволяют исчерпывающим образом предопределять уровень субъектности сетевого сообщества. Для всех 12 показателей субъектности СС, описывающих субъектность сетевого сообщества на трех уровнях, удалось построить регрессионные модели со скорректированным коэффициентом детерминации, приближающимся к 1.

Семантические связи и роли в контенте сетевых сообществ с высоким уровнем субъектности в совокупности описывают деятельностный характер отношений, складывающийся в этих сообществах. Второй характеристикой контента более субъектных сетевых сообществ является протестный характер их контента. Указанные характеристики находят свое выражение в двух гиперролях таких сообществ: «оперативность действия» и «протестные радикальные действия».

При повышении субъектности сетевого сообщества повышается «насыщенность» контента и наблюдается переход к «деловому» дискурсу с элементами эллиптичности.

ГЛАВА 10

Психологические типы субъектности членов сетевого сообщества (на примере социальной сети «Твиттер»)

Проблема коллективного субъекта (КС) достаточно разработана: выделены его признаки (Журавлев, 2018), дан анализ системной организации и актуалгенеза (Максимова, Александров, 2004), показаны субъектные свойства малых групп (Гайдар, 2006), разработаны положения о становлении больших социальных групп как КС (Емельянова, Журавлев, 2009) и пр. (подробно см.: Журавлев, 2018). Признаками КС выступают следующие свойства группы: взаимосвязанность/взаимозависимость индивидов, их совместная активность и саморефлексия (или чувство «Мы») (Журавлев, 2018, с. 127–130).

Однако все еще нельзя сказать, что сложилось общепринятое понимание концепта *коллективный субъект,* а само понятие *субъектность* вызывает разночтения и описывается многообразными качествами, требующими систематизации (Журавлев, 2018). Также в перечне форм совместной активности как генерального признака КС отсутствуют многие современные варианты социального взаимодействия, например, виртуальное общение. Возникает вопрос: можно ли считать субъектом такой вид групп, как *сетевые сообщества* (*СС*), возникший на новых этапах общественного развития (Бреслер, 2014; Психологические исследования глобальных..., 2018; Россия в глобализирующемся..., 2007; Соснин, Ковалева, 2018), и достаточны ли существующие на данный момент критерии для оценки их субъектности?

В работе изучается субъектность СС как большой социальной группы. Анализ понятий социальная сеть, информационное общество и сетевое сообщество даны нами в (Ковалева, 2019; также см.: Патяева, 2018). Современное социальное развитие характеризуется по-

явлением так называемого *цифрового общества* с сетевым характером взаимосвязей (экономических, политических, межличностных). Социальная сеть в таком обществе – способ существования индивидов и групп в форме взаимодействия с целью обмена информацией, а СС – это «децентрализованная (самостоятельная, неиерархическая. – *Прим. авт.*), самовоспроизводящаяся агрегация индивидов/групп индивидов с общими идеями, ценностями, пристрастиями, взаимодействующих в едином коммуникационном коде» (Бреслер, 2014, с. 59). Такой код – это способы создания и основы понимания высказывания (кодирования/декодирования информации), а также система символов (например, единый сленг или знаки с присущими им смыслами и др.), позволяющая осуществить коммуникацию.

СС присущ жизненный цикл (ЖЦ), существенно отличающий его от других групп. ЖЦ начинается с информационного воздействия, отторгающего индивидов от первичной агрегации и дифференцирующего на «мы» и «не-мы» с дальнейшей идентификацией ценностей и формированием кода. Часть социальной сети становится СС, в котором прежние слабые связи (по М. Грановеттеру) (Granovetter, 1992) преобразуются в коммуникационные каналы между индивидами, а затем формируется структура СС: авторы, активные производители информации; комментаторы, способствующие ее распространению; и читатели, ее пассивные потребители (до 80% членов СС). *Самовоспроизводство* – собственно функционирование СС зависит от активности авторов и комментаторов и соответствия их посланий ожиданиям остальных членов СС. *Распад* происходит с прекращением информационного обмена между его членами (Бреслер, 2014).

Можно видеть, что СС уже на этапе зарождения удовлетворяет ряду признаков КС. Это, для начала, пространственно-временная локализация, которой недостаточно для того, чтобы признать группу КС, но она говорит о взаимосвязанности, являющейся сущностным признаком как для зарождения СС, так и для наличия начального уровня субъектности. В СС ее обеспечивают слабые связи между членами группы, которые позволяют ей перейти к следующим этапам существования – формированию своей структуры, но также позволяют осуществлять и совместную активность, и саморефлексию, т. е. проявлять уровень не только реальной, но и рефлексирующей субъектности.

Отличия этапов ЖЦ СС особенно очевидны на примере различных социальных групп (профессиональных, этнических, возраст-

ных и др.). Так, несмотря на сходство с ЖЦ, например, семьи (Ковалева, 2012), процесс зарождения и функциональная специализация их членов различна. Специфичными также являются организация СС по принципу ядра или нескольких ядер и периферии и доступные для нее виды совместной деятельности, полностью завязанные на информационном обмене в виртуальной среде.

На данный момент проведено значительное количество исследований, сконцентрированных на описании феноменов, проявляющихся в интернет-взаимодействии: языковых и культурных трансформаций, новых речевых жанров и стратегий (Атягина, 2012; Булавина, 2014; Овчинникова, 2013; Поветьева, 2013), социальной перцепции в социальных сетях (Войскунский, 2014), виртуальной самопрезентации (Зембатова, 2016), личностных черт (Агадулина, 2015; Ануфриева, 2014), ролевых позиций (Данина, Шаляпин, 2012) и др. Основные потребности личности в социальных сетях видятся в получении информации и коммуникации (Данина, Шаляпин, 2012; Маслакова, 2013). В настоящей работе изучалось взаимодействие членов СС, протекающее в предметном поле создания, потребления, трансформации и распространения информации. Была выбрана социальная сеть «Твиттер», функциональные особенности которой способствуют образованию СС (см. подробнее: Ковалева, 2019). Для твиттер-коммуникации свойственен творческий характер: необходимость кратко, но емко выразить свою мысль, привлечь к ней внимание и максимально ее распространить (Атягина, 2012; Булавина, 2014). Пользователи Твиттера с большим числом подписчиков являются центральными звеньями, авторами СС. Их подписчики образуют круг комментаторов и читателей, которые откликаются на сообщение пассивным прочтением, словом, лайком или ретвитом. В Твиттере присутствуют различные варианты СС, основанием для их выделения является прежде всего их отрефлексированность самими пользователями социальной сети: их названия упоминаются, используются для самоидентификации (подробнее см.: Ковалева, 2019).

Идентификация СС возможна в момент его актуализации (вре́менной или постоянной). В этот период СС может быть рассмотрено как субъект совместной жизнедеятельности, в активности членов которого отражается его целевое, ценностное, потребностное, нормативное и др. содержание. СС, существующее в рамках социальной сети, может являться неопределенной по численности и гетерогенной по составу большой социальной группой, изучать субъ-

ектность которой можно по тому, как признаки КС представлены в поведении и взаимодействии ее членов (Журавлев, 2018). Предполагается, что у разных членов СС, в зависимости от их принадлежности к той или иной части структуры, эти признаки будут выражены по-разному.

Параметры исследования

Теоретическая гипотеза исследования: субъектность СС проявляется в характеристиках взаимодействия его членов в социальной сети.

Цель исследования: определение типов субъектности членов СС, проявляющихся в различном соотношении характеристик взаимодействия его членов – пользователей социальной сети.

Исследовательские гипотезы:

Гипотеза 1: Существует латентная факторная структура переменных, описывающих взаимодействие членов СС, факторы этой структуры соответствуют признакам КС.

Гипотеза 2: На основе полученных факторов может быть проведена классификация и выделены психологические (эмпирические) типы субъектности членов СС, которые различаются по уровню проявления характеристик взаимодействия его членов.

Методика

Участники исследования. В исследовании приняли участие пользователи Твиттера в возрасте от 17 до 73 лет (M = 44 года, ст. откл. = 10,53, распределение близко к нормальному, критерий Колмогорова–Смирнова $d = 0{,}333$, $p < 0{,}20$). Общая численность выборки составила 872 чел. (58% – мужчины; 42% – женщины), 68% имели высшее образование, 16% – неоконченное высшее, 15% – среднее. Респонденты представляли 35 городов России, а также русскоязычных жителей Германии, Израиля, Италии, США, Украины, Франции, Эстонии. Респондентами было названо около 100 профессий и специальностей, к обладателям которых они себя относили. Они, таким образом, представляли гетерогенную по возрасту, образованию, профессиональной принадлежности, месту проживания большую социальную группу русскоязычных пользователей Твиттера. Основанием для формирования выборки служил общий язык и сильные (наличие подписки

и регулярное общение с подписчиками) и слабые (принципиальная связанность с другими пользователями через своих читателей) связи в социальной сети.

Процедура. Исследование проводилось в течение трех недель с 20 октября по 10 ноября 2018 г., что позволило зафиксировать ответы пользователей в период времени, связанный с конкретными информационными событиями.

С аккаунта автора было размещено приглашение принять участие в исследовании, посвященном изучению Твиттера: «Дорогие мои подписчики! Моя студентка пишет диплом по сетевым сообществам. Ей нужны мнения подписчиков Твиттера! Девочка отличная, старательная! Помогите реально хорошему ребенку, тянущемуся к науке! Всего несколько минут – я уже заполнила![1]». (В организации исследования принимала участие магистрантка ГАУГН А. Н. Книголюбова.) В сообщении давалась ссылка на сайт[2], на котором была размещена анкета и два опросника (в настоящей работе обсуждаются результаты, полученные только с помощью анкеты).

Взаимодействовали с твитом, т. е. просматривали и переходили по указанной ссылке 2190 чел., 137 ретвитнули его, т. е. приняли участие в его распространении, 81 отметили твит как понравившийся; всего за время исследования твит более 30000 раз появлялся в ленте пользователей (данные предоставлены сервисом Твиттера). Таким образом, был использован сетевой способ его распространения, и участниками исследования оказались подписчики не только того аккаунта, с которого он был первоначально опубликован.

На первые 22 вопроса анкеты ответили 1069 чел. – опрос подразумевал только добровольное участие. У большинства он вызвал позитивные эмоции: респонденты желали удачи студентке, писали о своем интересе, тем не менее у некоторых отмечалось и сопротивление, усталость, несколько человек высказало подозрение в сборе персональных данных. Полностью опрос прошли 872 чел.

Принадлежность пользователей к одному СС оценивалась по ответу на вопрос Анкеты (Ковалева, 2019): «Какое общественно значимое событие последнего года, которое активно обсуждалось в Твиттере, запомнилось вам больше всего?» Наибольшее количество ответов было получено по следующим темам (можно было указывать несколь-

1 URL: ru.research.net/r/PL6NWV3.

2 URL: https://ru.surveymonkey.com.

ко): пенсионная реформа (180); трагедия в колледже Керчи (118); события, связанные с Украиной (77); президентские выборы (73); чемпионат мира по футболу (64); дело Скрипалей (58); трагедия в ТЦ «Зимняя вишня» в Кемерово (51); нет таких (38); все/все внешнеполитические/много (36); события в Сирии (23); драка футболистов (17); комедийный фильм о блокаде Ленинграда (14); послание Президента Федеральному собранию (13); другие события, среди которых открытие Керченского моста, Бессмертный полк, санкции, Олимпиада (всего 20 событий) набрали меньше 10 упоминаний (многие из этих событий либо случились давно, либо, как санкции, представляли постоянный информационный фон или, как в случае с Бессмертным полком, на момент исследования не были актуальны).

Такое СС является типичным для Твиттера, ориентированного на последние новости, его интересы направлены на острую внутреннюю и международную повестку, а основные ценности – социальная справедливость, патриотизм и развитие гражданского сознания.

Методика. Авторская анкета, ориентированная на изучение характеристик взаимодействия членов СС: статуса, ценностей, отношений, типичного поведения, разработанная на основе наблюдения за коммуникациями пользователей Твиттера, содержала 42 вопроса, соответствующих признакам *субъектности группы* и направленных на сбор демографических данных (вопросы 1–4), информации о статусе аккаунта (вопросы 5, 7–11), о типичных взаимодействиях, а также об отношении к ним (вопросы 6, 12–42) (подробно об анкете см.: Ковалева, 2019). Выбор вопросов анкеты, задействованных в настоящем исследовании, был связан с тем, что они в достаточной степени характеризовали предмет исследования – субъектность членов СС и, в отличие от остальных открытых или измерявшихся по дихотомической шкале вопросов, оценивались по шкалам, подразумевавшим от 3 до 5 вариантов ответов (от полного несогласия к полному согласию через нейтральные ответы), что при значительном объеме выборки позволило использовать такие статистические процедуры, как факторный и кластерный анализ.

Результаты и их обсуждение

Результаты факторного анализа методом главных компонентов с вращением варимакс представлены в таблице 10.1. Общая дисперсия дан-

Таблица 10.1

Факторная структура 20 переменных, метод главных компонентов, варимакс-вращение (N=872)

Переменные	**Факторы и доля их дисперсии**					
	1 (0,09)	**2 (0,09)**	**3 (0,099)**	**4 (0,10)**	**5 (0,12)**	**6 (0,05)**
Читаемые	0,10	–0,01	0,07	**0,86**	0,05	0,04
Читатели	0,07	0,13	0,17	**0,81**	0,15	0,00
Лайк/ретвит	0,08	–0,11	***0,59***	0,16	0,31	0,03
Время	***0,47***	0,17	0,09	0,15	0,16	–0,13
Конфликты	–0,04	0,21	0,19	0,08	***0,57***	–0,32
Акции	0,03	0,09	0,17	0,05	0,07	**0,76**
Отзывчивость	0,01	–0,05	***0,58***	0,08	0,26	0,30
Приветствия	0,14	***0,46***	***0,53***	0,24	–0,03	0,02
Хештеги	–0,23	0,24	0,03	0,32	***0,41***	0,04
Поздравления	0,05	0,22	**0,71**	0,22	0,10	0,08
Персональные фото	–0,03	**0,70**	–0,00	0,18	0,18	0,06
Традиции	–0,03	***0,49***	0,24	0,21	0,18	–0,28
Значимость своих действий	***0,43***	0,08	0,18	0,12	0,35	0,22
Сожаления	**0,74**	0,01	0,09	0,04	0,13	0,07
Замена	***0,56***	0,08	–0,03	0,21	0,35	–0,03
Быть услышанным	0,18	0,12	0,14	0,13	**0,76**	0,09
Возможность высказаться	0,28	0,05	0,12	0,07	**0,75**	0,05
Чувство «Мы»	0,49	0,25	0,13	0,30	0,26	–0,02
Важные темы	0,29	–0,12	***0,41***	–0,19	0,14	–0,32
Реальное общение	0,19	**0,72**	0,05	–0,08	0,09	0,10
Собственное значение фактора	5,00	1,56	1,28	1,19	1,05	0,94
Общая дисперсия	1,87	1,81	1,93	2,00	2,33	1,07
Доля общей дисперсии, описываемая фактором	0,09	0,09	0,099	0,10	0,12	0,05

Примечание: Полужирным шрифтом выделены факторные нагрузки, имеющие значимые корреляции с фактором на уровне 0,70 и выше; полужирным шрифтом и курсивом выделены факторные нагрузки, «аффилированные» с фактором – имеющие значение корреляции выше 0,4.

ных, которую описывают факторы, составляет 54%, что больше 50% и может считаться удовлетворительным результатом.

Согласно собственным значениям факторов (см. таблицу), как наглядно можно видеть на графике (рисунок 10.1), уровень пяти из них превышает единицу. Однако была выбрана допустимая шестифакторная структура (к+1), которая описывает больший процент дисперсии переменных и задействует большее их количество, чем при пятифакторном варианте, при этом собственное значение шестого фактора имеет приемлемое значение, близкое к единице.

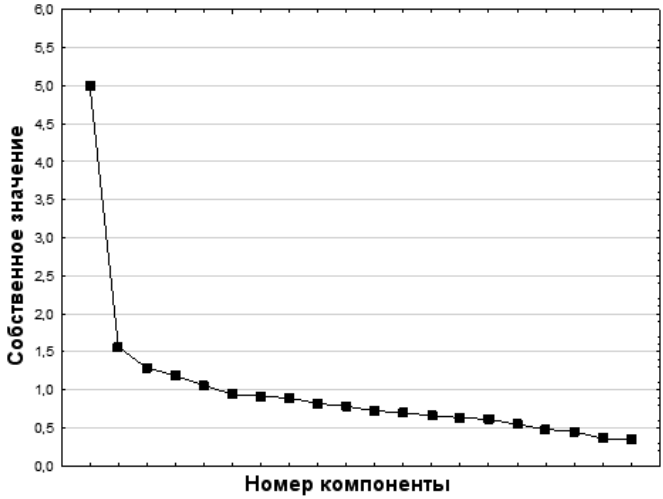


Рис. 10.1. График собственных значений факторов

Таким образом, факторный анализ позволил выделить шесть факторов, которые, по нашим предположениям, должны соответствовать признакам субъектности членов СС, проявляющихся в характеристиках их взаимодействия.

В таблице 10.1 можно видеть, с какими переменными коррелирует и аффилирован каждый фактор. Таким образом:

1. ***Ф1*** (собственное значение 0,09) отражает *зависимость* респондентов от СС и связан со временем, проведенным в социальной сети, показывает погруженность респондентов в ее процессы и события, переживание ими значимости собственных действий, а также чувство «Мы» и осознание компенсации жизни в оффлайне.

Представляется, что этот фактор связан с таким признаком КС, как *взаимосвязанность/взаимозависимость,* относящимся к базовому уровню *потенциальной субъектности* группы, и может быть назван *фактором взаимозависимости.*

2. ***Ф2*** (собственное значение 0,09) показывает *открытость* членов СС друг другу вплоть до возможности, при наличии условий, переноса жизни из онлайна в оффлайн. Помимо этого, он отражает рутинную жизнедеятельность СС, поддерживающую его активное состояние и целостность в форме регулярных приветствий и специфических твиттеровских традиций (подробнее о традициях в Твиттере см.: Ковалева, 2019). Этот фактор, с одной стороны, также близок признаку субъектности – *взаимосвязанности/взаимозависимости* и может быть соотнесен с ним, однако, с другой стороны, он отражает неучтенный в концепции КС признак самоорганизации и самовоспроизводства СС в отсутствие актуального события (для СС – «инфоповода»). В связи с этим он был назван *фактором самовоспроизводства.*
3. ***Ф3*** (собственное значение 0,099) демонстрирует активность членов СС по распространению информации и ее направленность на сохранение и активизацию коллективной памяти, гражданской идентичности и значимых общественных ценностей. Он может быть соотнесен с двумя признаками КС – *совместной активностью* и *саморефлексией.* Это слияние признаков в факторе, возможно, связано со спецификой именно СС, когда в сетевом взаимодействии при часто появляющихся новых членах требуются постоянные акты самоидентификации для определения «своих» и «чужих». Поскольку информация является единственным предметом совместной активности и она постоянно используется для таких целей, фактор был назван *фактором активной саморефлексии.*
4. ***Ф4*** (собственное значение 0,10) связан с количеством членов СС, на которых подписан респондент и которые подписаны на него. Этот фактор был назван *фактором взаимосвязанности,* и он так же, как и первый фактор, связан с признаком КС – *взаимосвязанностью/взаимозависимостью.*
5. ***Ф5*** (собственное значение 0,12) – наиболее специфичный фактор для СС формата Твиттера, относящийся к задачам, которые решает ядро СС и его ближайшее окружение: создание переработанного варианта информации в интересном и привлекатель-

ном виде, а также отклика, который заинтересует других членов СС и создаст волну его распространения. Именно поэтому в нем задействованы переменные, связанные с хештегами и конфликтами – персонифицированные сообщения часто вызывают споры. Этот фактор не может быть прямо соотнесен с признаками КС: он подразумевает новый вид совместной активности. Зачастую центры СС – это изолированные члены, мало читающие других, а нацеленные на отслеживание новой информации и создание собственных вариантов ее прочтения. Однако они зависят от распространителей своих сообщений не меньше, чем те от новой информации. Этот фактор был назван *фактором ядра сообщества.*

6. ***Ф6*** (собственное значение 0,05) отражает отклик членов СС на просьбы – как правило, это сбор денег для помощи кому-то. Этот фактор связан с двумя признаками субъектности – *взаимосвязанностью/взаимозависимостью* и *совместной активностью,* а также косвенно – с *самоорганизацией* и *самовоспроизводством.* Он помогает членам СС переживать чувство связанности и собственной значимости в решении реальных жизненных задач. Он был назван *фактором совместного решения проблем.*

В итоге было выделено шесть факторов, которые, с одной стороны могут быть соотнесены со всеми признаками КС и отражают таким образом субъектность СС, проявляющуюся в конкретных характеристиках его членов, а с другой – не совпадают полностью с этими признаками, что, по-видимому, демонстрирует специфическую жизнедеятельность членов именно сетевого интернет-сообщества.

Результаты иерархического кластерного анализа методом Варда с использованием манхэттенских расстояний (классифицировались участники исследования по шести новым переменным – полученным факторам субъектности) позволяют провести следующую классификацию членов СС. Кластер 1 ($N=200$), Кластер 2 ($N=130$), Кластер 3 ($N=290$), Кластер 4 ($N=252$) (рисунок 10.2).

График средних значений переменных (оценок факторов субъектности, приписанных каждому респонденту) по четырем кластерам представлен на рисунке 10.3.

По профилям, представленным уровнями средних значений оценок факторов субъектности каждого кластера, был определен тип субъектности входящих в них респондентов.

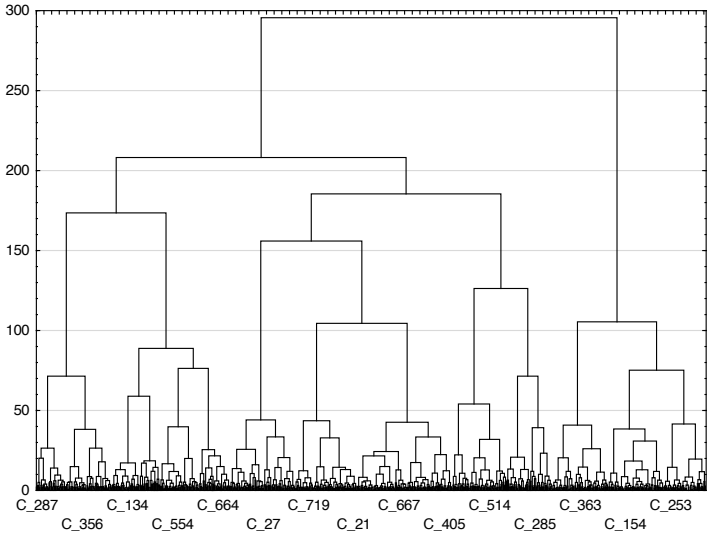


Рис. 10.2. Дендрограмма для 872 наблюдений (метод Варда, манхэттенское расстояние)

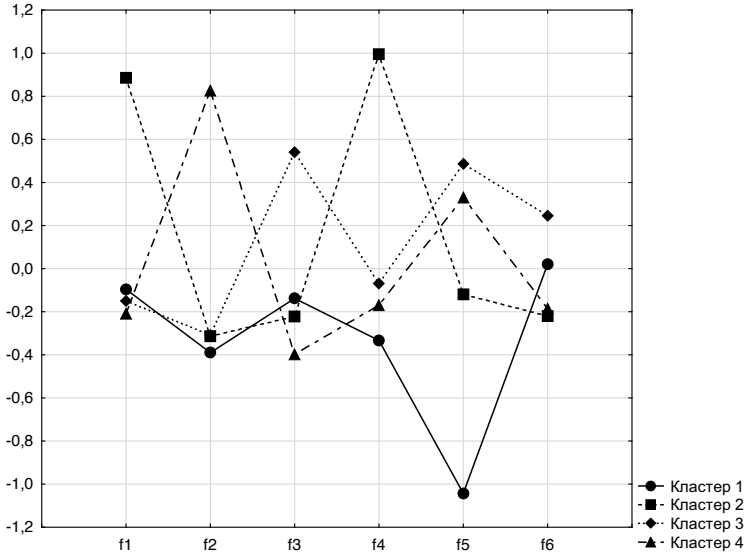


Рис. 10.3. Линейный график для шести факторов субъектности по четырем кластерам

Тип 1 (получен на основе *Кластера 1*): все показатели факторов субъектности этого кластера находятся ниже их средних значений, кроме Ф6, который находится на среднем уровне. Можно сказать, что это самые пассивные члены, не имеющие потребности высказываться и поддерживать других, не участвующие в традиционной активности СС, кроме самой необходимой – проблемной. Согласно представлениям о структуре СС, этот тип субъектности может быть свойствен периферии: членам, наиболее удаленным от ядра, составляющим тем не менее важную часть сообщества – целевую аудиторию, заинтересованную в потреблении информации.

Тип 2 (получен на основе *Кластера 2*): в нем показатели трех факторов субъектности (Ф2, Ф3 и Ф5) также находятся на уровне ниже их средних значений, однако средние значения факторов Ф1 (*взаимозависимость*) и Ф2 (*взаимосвязанность*) принимают самые высокие значения по всей выборке респондентов. Таким образом, этот тип субъектности членов СС соотносится с потенциальной коллективной субъектностью – необходимой основой субъектности реальной. Возникает вопрос, говорит ли это о том, что эти члены СС готовы к переносу своей активности из онлайна в оффлайн? Что могут развить свою субъектность до каких-то следующих форм? Или они уже сейчас выполняют важную функцию по скреплению конкретного СС? Представляется, что ответы на эти вопросы предстоит получить в будущем. Хотя по первому вопросу уже сейчас можно ответить отрицательно: переменная *реальное общение* относится к Ф2, который в этом кластере принимает низкие значения. Интересно, что это самый малочисленный кластер.

Тип 3 (получен на основе *Кластера 3*): в этом кластере самые высокие средние значения по всей выборке принимают Ф3 и Ф5: *активная саморефлексия* и *ядро сообщества*. Этому типу субъектности соответствует самая активная позиция в данном СС: создание и реализация высказывания в направлении объединения сообщества на основе общих (коллективных) памяти и ценностей.

Тип 4 (получен на основе *Кластера 4*): в этом кластере также на достаточно высоком уровне находится Ф5, т. е. у этих членов СС тоже велика потребность высказаться и быть услышанным, однако эта активность сопряжена с функцией *самовоспроизводства,* которая заложена в Ф3. Это очень важное поведение членов СС, которое актуализируется в период информационного затишья или проявля-

ется рутинно для целей поддержания активности, а также, наоборот, отдыха, самоидентификации и развлечения.

Таким образом, классификация респондентов позволила выделить четыре типа субъектности членов СС, различающихся выраженностью факторов субъектности, а в реальности – поведением в интернет-взаимодействии и отношением к нему. Эти типы могут быть названы следующим образом: *пассивный тип, связанный тип, тип активной саморефлексии* и *тип активного самовоспроизводства*.

Судя по результатам кластерного анализа в СС, по-видимому, существует функциональное или ролевое разделение труда. Согласно теории, структура СС состоит из ядра и ближней и дальней периферии (Бреслер, 2014). Полученная в нашем исследовании структура соответствует этому утверждению. Ядро СС составляют его члены, которым присущи такие типы субъектности, как *активная саморефлексия* и *активное самовоспроизводство,* ближней периферии – *связанный тип* и дальней – *пассивный*. Однако эти результаты не соответствуют теоретическим численным пропорциям, согласно которым ядро должно быть малочисленным, периферия больше по численности, а дальняя периферии – многочисленной. Причина этого может лежать в организации исследования. Возможно, в условиях добровольного участия пассивный читатель также безучастно отнесся и к приглашению к исследованию, а на самом деле численность периферии намного больше. Напротив, активные члены СС также инициативно отнеслись и к исследованию и составили больше 60% выборки. Таким образом, численный состав структуры не соответствует теоретическим данным, однако этому есть объяснение.

Выводы

1. Факторы субъектности – *взаимозависимости, самовоспроизводства, активной саморефлексии, взаимосвязанности, ядра СС* и *решения проблем* были соотнесены с признаками КС. Их содержание обладает спецификой, характерной именно для СС: зависимостью от сетевого общения (что скорее является проблемой этого вида взаимодействия), необходимостью прилагать усилия по самовоспроизводству СС (что для реальных групп может решаться автоматически, например, форматом общения или деятельности), а также специфическим статусом носителей ядерных свойств СС, замкнутых на взаимодействии с информацией и др.

2. Полученные типы субъектности членов СС позволяют утверждать, что ему присущи все три признака коллективной субъектности: *взаимосвязанность/взаимозависимость, совместная активность* и *саморефлексия*. Носителями этих признаков в той или иной мере являются все члены СС, однако в нем существует функциональная специализация: для определенных членов СС более характерно одно поведение, чем другое. Такая характеристика СС говорит о его целостности: не только о связанности его членов, но и об их внутреннем единстве в решении задач СС – от внешней, связанной со взаимодействием с информацией, до внутренней, направленной на согласование усилий по его самовоспроизводству. Результаты косвенно говорят в пользу взаимодополняемости, кооперации и взаимосодействии (подробнее о понятии см.: Максимова, Александров, 2004) членов СС в решении этих задач.
3. СС в силу принципов своей организации априори относится к группам, которым можно приписать потенциальный уровень субъектности: за счет слабых связей отношения членов социальной сети отвечают признаку взаимосвязанности. В исследовании было показано, что характер совместной деятельности респондентов: темы, которыми они интересовались, и их саморефлексия – соответствовали уровню рефлексирующей субъектности. Для СС был характерен интерес к тематике развитого гражданского самосознания и воспроизводство символов и образов, связанных как с коллективной памятью, так и опытом (биографией) СС.
4. Исследование субъектности СС может быть продолжено в направлении выявления различий в личностных характеристиках респондентов, принадлежащих к разным типам субъектности, и таким образом – определения связи таких характеристик с субъектностью СС (КС) в целом.

Раздел III

ДИНАМИКА СУБЪЕКТНОСТИ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ И ИХ ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ

ГЛАВА 11

Исследование динамики субъектности сетевых сообществ по дискурсивным параметрам контента

Сетевые сообщества, выступающие структурной единицей социальной общности Интернета, неразрывно связаны с развитием современных технологий и интенсивным информационным обменом в социальной среде. Дискурс сообщества опосредует взаимодействие его членов, транслирует представления о мире, ценности, отношения, установки, задает модели поведения и способы говорения, составляет основу развертывания групповых социально-психологических процессов. Трансформируясь в соответствии с разделяемыми правилами интерпретации и коммуникативными нормами, он объединяет пользователей для обмена знаниями, обучения, взаимной поддержки, предоставления услуг и многого другого.

Как конституирующая сообщество коммуникативная практика сетевой дискурс позволяет получать данные о механизмах формирования сообществ, их функционировании, контекстной дифференциации и др. Изучается поведение пользователей (Градосельская, Кириллина, 2015; Патаракин, 2017; Пильгун, 2015; и др.), в том числе специфические для сетевой среды агрессивные формы: троллинг, флейминг, кибербуллинг (Воронцова, 2016; Курьянович, 2018; Heirman et al., 2015). Разрабатываются дискурсивные модели, учитывающие такие параметры коммуникации, как образ аудитории, ее размер, персонализированность сообщений, ожидание от адресата конкретной реакции и др. (French, Bazarova, 2017; O'Sullivan, Carr, 2017; и др.). Исследователей интересуют контекстные факторы конфликтности, эффективности, содержательности коммуникации (Ruiz et al., 2011; Santana, 2014; Spears et al., 2011); отмечается, что контекст не только задает нормы коммуникативного поведения пользователей (Сергее-

ва, 2016; Sukumaran et al., 2011; Woong Yun et al., 2013), но и определяет актуализацию той или иной идентичности личности и социальных ролей (Benamar et al., 2017; Woong Yun, Park, 2011), «притягивает» комментарии определенного рода (Stroud et al., 2015). Получают распространение исследования обсуждений текущих событий на различных площадках (Гребенщикова, 2019; Гребенщикова и др., 2018; Павлова и др., 2018, 2020; Радина, 2016), а также собран большой массив данных о связи активности в социальных сетях с реальной жизнью (Bastos et al., 2015; González-Bailón et al., 2011; Olorunnisola, Douai, 2013). С усилением влияния Интернета на общественно-политическую и социальную жизнь (Theocharis, 2017; Sutherland, 2016) изучение дискурса сетевых сообществ приобретает особую актуальность.

Настоящая работа продолжает серию исследований субъектности сообществ основополагающего свойства, отражающего способность группы к самоорганизации, совместным формам активности и саморефлексии (Емельянова, Журавлев и др., 2009; Журавлев, 2018). Субъектность сетевых сообществ непосредственно связана с уровнем развития дискурса – наличием определенных целей и конвенций, явно или неявно декларируемых. Группа с наиболее развитой субъектностью отличается не только взаимосвязанностью ее участников, позволяющей им реализовывать совместную активность, но и саморефлексией, формирующей чувство «мы». Определены дискурсивные показатели субъектности: лексические, семантические, процессуальные, которые проявляются на уровне отдельных комментариев, цепочек комментариев, дискурса в целом (Павлова и др., 2019). Установлено, что субъектность сетевых сообществ по ряду компонентов аналогична субъектности реальных социальных групп и включает планирование деятельности, групповые нормы и ценности, языковую и понятийную идентификацию и др. Вместе с тем она имеет специфику: в структуре субъектности сетевых сообществ представлены позитивная поддержка коммуникации в группе, идентификация и поддержка «своих», отстранение «других» (Воронин и др., 2019). Степень выраженности дискурсивных показателей субъектности и их сочетание друг с другом позволяют дифференцировать сетевые сообщества и ставить вопрос о динамике групповой субъектности в процессе функционирования (Воронин, 2019; Воронин и др., 2019; Воронин, Ковалева, 2019; Павлова и др., 2019).

Можно полагать, что в Интернете, обеспечивающем единый канал коммуникации, легкость включения в общение и обратную связь

с другими членами группы, создаются оптимальные условия для самоорганизации и саморегуляции сообщества в соответствии с встающими задачами. Группа оказывается способной к быстрым изменениям и согласованию своих возможностей сообразно с обстоятельствами. Это дает основания рассматривать субъектность как динамическое свойство и говорить об изменчивости ее проявлений в разные моменты жизни сообщества. Такое представление соответствует положению о множественности проявлений коллективного субъекта (Емельянова, Журавлев, 2009), в числе которых указываются и характеристики общения: целенаправленность/бесцельность, контактность/неконтактность, компетентность/некомпетентность, и свойства больших социальных групп: социальная ответственность, навыки согласованных групповых действий, развитая гражданская идентичность и пр. В этой связи важно отметить, что дискурсивный подход к изучению субъектности сетевых сообществ актуален не только в плане описания нового вида социальной группы, но и в плане развития самой концепции коллективного субъекта.

С целью дальнейшего изучения дискурсивных механизмов формирования сообществ в Интернете проведено исследование, в котором ставилась задача оценки изменения субъектности сетевых сообществ в процессе их жизнедеятельности на основе дискурсивных показателей.

Основная гипотеза исследования состояла в том, что субъектность сетевого сообщества изменяется в процессе его функционирования. Это проявляется в степени выраженности в дискурсе компонентов субъектности.

Методы

Материал исследования: 15 обсуждений (851 комментарий, M = 57, min = 30, max = 141) в пяти сетевых сообществах. На предварительном этапе исследования тремя экспертами изучались сообщества Интернета, различающиеся по тематике (политическая, информационно-развлекательная и др.), решаемым задачам (обмен мнениями, организация гражданской активности, общение с единомышленниками, самовыражение и др.) и платформам (Фейсбук, VK, d3.ru и др.). На основе экспертной оценки было отобрано пять сообществ разного типа и предположительно с разной выраженностью субъектности (Павлова и др., 2019). В их числе:

1. Сообщество «Архнадзор» в Фейсбуке[1], участники которого стремятся к сохранению культурного наследия Москвы; в сообществе осуществляется поиск единомышленников, организация гражданской деятельности по защите архитектурного наследия.
2. Сообщество «Киномания» в VK[2], выступающее площадкой для обсуждения и просмотра фильмов; сообщество тематическое и имеет информационно-развлекательный характер, в нем происходит обмен мнениями, осуществляется самовыражение участников.
3. Закрытый блог «Лепрозорий»[3], имеющий особые правила вступления и участия; сообщество отличается широким кругом обсуждаемых тем и разнообразием задач.
4. Сообщество Politota[4], собирающее политических единомышленников и направленное на обмен мнениями, обсуждение политических тем (топиков).
5. Группа «Страдающее Средневековье» в VK[5], в которой происходит обсуждение в саркастической форме «боли, страдания и унижения» в современной России; сообщество тематическое и имеет внешне развлекательный характер, в нем осуществляется обмен мнениями, самовыражение участников.

В каждом сообществе отбирались три обсуждения на актуальные для участников темы в период 2019–2020 гг., в течение которых жизнедеятельность сообществ не трансформировалась принципиально. С учетом характерной для сетевых дискуссий изменчивости состава участников и возникающих тем допускался различный временной интервал между обсуждениями (от недели до нескольких месяцев).

Процедура исследования

Выявление субъектности сетевого сообщества осуществлялось на основе экспертной оценки с помощью перечня дискурсивных показателей, разработанного по результатам психолингвистического анализа корпуса текстов (Воронин и др., 2019; Павлова и др., 2019).

1 URL: http://facebook.com/archnadzor.

2 URL: http://vk.com/kinomania.

3 URL: http://leprosorium.ru

4 URL: http://politota.d3.ru.

5 URL: http://vk.com/souffrantmittelalter.

Использовавшиеся дискурсивные показатели и их соотнесенность с компонентами субъектности приведены в таблице 11.1. В процедуре участвовали три эксперта-психолингвиста, осуществлявших анализ независимо друг от друга с последующим согласованием результатов в ходе трех экспертных сессий.

Сравнительный анализ частот дискурсивных показателей, присущих тому или иному обсуждению, проводился с помощью критерия χ^2 Пирсона (парные сравнения, $df = 1$). Для расчета использовалась программа Microsoft Excel.

Результаты

Анализ серии обсуждений, состоявшихся в изучаемых сообществах по 64 дискурсивным показателям, обнаружил изменение выраженности субъектности в каждом из них. Остановимся последовательно на данных, полученных по сообществам.

Сообщество «Архнадзор»

Количество выявленных дискурсивных показателей субъектности составило: 212 по обсуждению 1 (объем 47 комментариев), 110 по обсуждению 2 (30 комментариев), 101 по обсуждению 3 (30 комментариев). Распределение относительных частот дискурсивных показателей, представленное на рисунке 11.1, отражает изменение выраженности соответствующих компонентов групповой субъектности по трем обсуждениям.

По данным анализа, значимые различия между обсуждениями 1 и 2 ($\chi^2 = 4{,}08$, $p < 0{,}05$) и обсуждениями 2 и 3 ($\chi^2 = 9{,}15$, $p < 0{,}001$) установлены по шкале «Планирование и результаты совместных действий» – эта составляющая субъектности в обсуждениях 1 и 3 выражена в значительно большей степени, чем в обсуждении 2. Это можно связать с рассматриваемой ситуацией: если во втором обсуждении речь идет о том, что уже стало свершившимся фактом, то в первом и третьем – ситуация еще не завершена и есть возможность на нее повлиять. Это стимулирует к планированию совместной деятельности, что отражается в соответствующих показателях.

По шкале «Отстранение „других“» статистически значимые различия не определяются. Тем не менее следует отметить бóльшую выраженность этой шкалы в обсуждениях 1 и 2, где акцентировано

Таблица 11.1

Соотнесенность дискурсивных показателей
с компонентами субъектности

Компоненты субъектности	Дискурсивные показатели
1. Языковая и понятийная идентификация	Общность языка, метафор; общность референциальных объектов; «парольные» слова и выражения, разделяющие «своих» и «чужих»; приверженность определенному семантическому полю и др.
2. Готовность действовать	Формулы причастности, призывы к сплоченности и констатации единства; призывы к акциям за рамками сетей; призывы к действию; создание эмоционального настроя воодушевления, уверенности и др.; выраженность непосредственно-реактивной составляющей дискурса, эмоционального побуждения к немедленному действию и др.
3. Транслирование образа сетевого сообщества	Оценочные суждения по поводу сообщества; отсылка к другим участникам сообщества, цитирование собеседников; сообщения о значимости сетевого сообщества; транслирование установок; внутренняя критика сообщества и др.
4. Групповые нормы и ценности	Создание и поддержание традиций сообщества; формулирование коммуникативных норм, правил разрешения разногласий, выявление запретов, желательных и нежелательных тем; формулирование групповых ценностей, установок, притязаний; коллективный символический коупинг: акции памяти и др.
5. Планирование и результаты совместных действий	Формулирование и обсуждение цели сообщества; сообщение о совершенных действиях; отчет о совместной деятельности и ее результатах; готовность следовать организационным и управляющим воздействиям; планируемая деятельность: напоминания, оповещения; подведение итогов деятельности, ее результатов и др.
6. Отстранение «других»	Маркирование социальной дифференциации, социокультурной инородности; умаление значимости «других», дискредитация; генерализация оценок; оскорбление, осуждение «других»
7. Позитивная поддержка коммуникации	Одобрение, поощрение, поддержка «своих»; направленность на партнера: вовлечение в коммуникацию, постановка вопросов, запрос/оспаривание мнения, выражение согласия; запрос помощи, просьбы, жалобы, обращения; поддержание диалогов; поддержка собеседников, в том числе реакция на просьбы, жалобы, обращения и др.
8. Защита границ сетевого сообщества	Спор с чужими, агрессия по отношению к другим; предупреждение нежелательной активности: запреты, запугивание; возбуждение недоверия и враждебности к «другим»
9. Гражданская идентичность	Декларация и обсуждение гражданской идентичности; переживание потребности в принадлежности к какой-либо гражданской общности; обсуждение социальной защищенности; установка на изменение существующего положения и др.

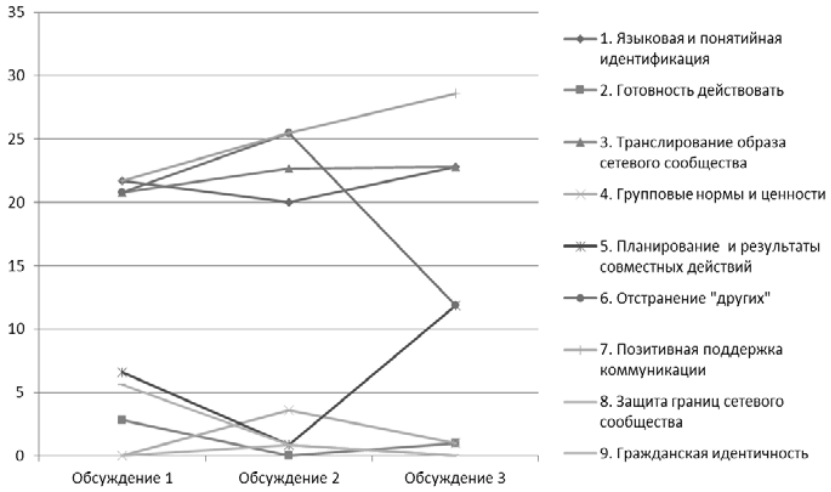


Рис. 11.1. Динамика выраженности компонентов субъектности в сообществе «Архнадзор».

Примечание: Представлено распределение относительных частот дискурсивных показателей в трех обсуждениях

противостояние с властями, по сравнению с обсуждением 3, фиксирующим некоторые позитивные факты и снижающим обычный накал критики. Интересен также результат, касающийся гражданской идентичности. Представленность этой компоненты субъектности только в первом обсуждении может быть связана с совпадением по времени с летними «московскими протестами» 2019 г., отсылка к которым в дискуссии обнаруживается; это включило проблему незаконного сноса домов в более широкий контекст и актуализировало гражданскую позицию участников.

По другим шкалам различия между обсуждениями не проявляются. Так, поскольку сообщество тематическое и все обсуждения происходят в одном семантическом поле с использованием характерных ключевых слов, нет динамики показателей, относящихся к языковой и понятийной идентификации. Эта составляющая субъектности, а также «Транслирование образа сообщества» и «Позитивная поддержка коммуникации» выражены во всех обсуждениях. Поскольку в коммуникации участвуют только «свои», такая составляющая, как «Защита границ сообщества», напротив, одинаково не проявляется ни в одном из них.

Таким образом, возможность повлиять на решение проблемы меняет выраженность субъектности в дискурсе: между обсуждением 2 и обсуждениями 1 и 3 обнаруживаются значимые различия, но только по одной составляющей – «Планирование и результаты совместных действий».

Сообщество «Киномания»

Число выявленных показателей субъектности в трех обсуждениях достигает: 144 по обсуждению 1 (72 комментария), 142 по обсуждению 2 (68 комментариев), 180 по обсуждению 3 (67 комментариев). Динамика выраженности компонентов субъектности, представленных относительными частотами соответствующих им дискурсивных показателей, отображена на рисунке 11.2.

Можно видеть различие компонентов субъектности по степени проявления в трех обсуждениях. Так, частотность дискурсивных показателей, относящихся к «Позитивной поддержке коммуникации», отличает третье обсуждение от первого и второго ($\chi^2 = 16{,}27$

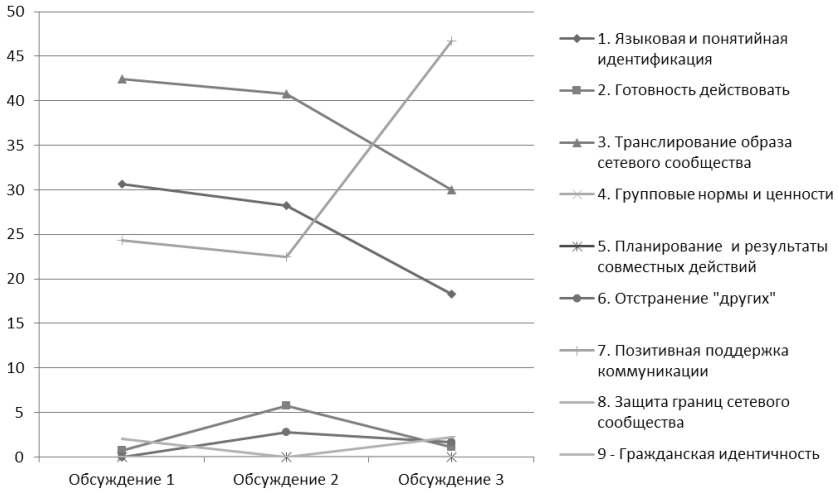


Рис. 11.2. Динамика выраженности компонентов субъектности в сообществе «Киномания».

Примечание: Представлено распределение относительных частот дискурсивных показателей в трех обсуждениях

и $\chi^2 = 19{,}02$, соответственно, $p<0{,}001$). Это определяется вкладом включенного в шкалу показателя «Направленность на партнера»: дискуссию, которая развернулась в этом случае между членами сообщества, вызвал резонансный российский фильм, затронувший широкую историческую проблематику и вызвавший потребность в совместном обсуждении и интерпретации событий. Хотя по другим шкалам значимых различий между обсуждениями не обнаружено, можно отметить преобладающую выраженность транслирования образа сетевого сообщества в обсуждениях 1 и 2, а также неодинаковую представленность формирующих эту шкалу дискурсивных показателей: для первого обсуждения более характерен показатель фатического общения, а для второго и третьего – транслирование установок. Это вызвано, по-видимому, жанром рассматриваемых фильмов. Поскольку во втором и третьем обсуждениях – это арт-хаус и авторское российское кино, у коммуникантов появляется не просто желание поболтать, как в первом случае при обсуждении популярного американского фильма, но и стремление выразить свою позицию по широкому кругу вопросов.

В данном сообществе, тем самым, значимые различия в выраженности субъектности фиксируются также по одной компоненте (в настоящем случае по «Позитивной поддержке коммуникации»), причем между типовыми обсуждениями 1 и 2 и обсуждением 3, в котором наблюдается усиление диалогической направленности на партнера.

Сообщество «Лепрозорий»

По данному сообществу количество выявленных показателей субъектности в трех обсуждениях составило: 231 – обсуждение 1 (59 комментариев), 83 – обсуждение 2 (36 комментариев), 286 – обсуждение 3 (141 комментарий). Динамика выраженности компонентов субъектности отображена на рисунке 11.3.

Согласно полученным данным, в дискурсе сообщества значимые различия обнаруживаются между обсуждением 1 и обсуждениями 2 и 3 по шкалам, относящимся к совместной деятельности: «Планирование и результаты совместной деятельности» ($\chi^2 = 15{,}42$ и $\chi^2 = 52{,}73$, соответственно, $p<0{,}001$) и «Готовность действовать» ($\chi^2 = 4{,}3$, $p<0{,}05$ и $\chi^2 = 23{,}48$, $p<0{,}001$). Большая выраженность этих компонентов в первом обсуждении объясняется тем, что оно направлено на решение оффлайн-проблемы и оказание помощи, требующих планирования

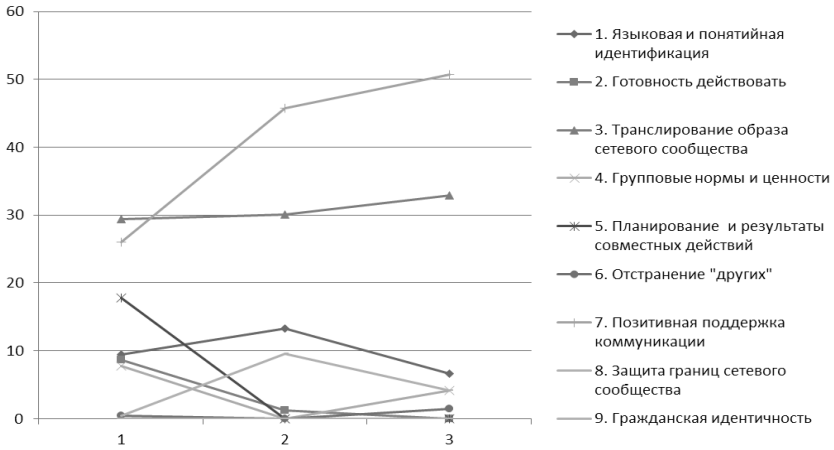


Рис. 11.3. Динамика выраженности компонентов субъектности в сообществе «Лепрозорий».

Примечание: Представлено распределение относительных частот дискурсивных показателей в трех обсуждениях

и координации реальных действий членов сообщества, а также готовности их осуществить. Вместе с тем значимые различия между теми же обсуждениями выявлены по шкале «Позитивная поддержка коммуникации» ($\chi^2 = 10{,}26$, $p<0{,}01$ и $\chi^2 = 31{,}62$, $p<0{,}001$, соответственно), что связано, очевидно, с формой поддержки: в отличие от планирования реальной помощи (обсуждение 1), в обсуждениях 2 и 3 помощь оказывается в виртуальном пространстве и только в виде моральной поддержки.

Установлены также значимые различия обсуждений 1 и 2 по шкале «Групповые нормы и ценности» ($\chi^2 = 5{,}5$, $p<0{,}05$), которые проявляются главным образом за счет выраженности в первом из них такого дискурсивного показателя, как коллективный коупинг. Кроме того, обсуждения 1 и 3 (а также 1 и 2 на уровне тенденции) отличаются по шкале «Защита границ сетевого сообщества» ($\chi^2 = 5{,}93$, $p<0{,}05$), что связано с участием в первом из них при планировании помощи конкретному человеку только «своих» и отсутствием необходимости защиты от посторонних. Таким образом, при обсуждении в сообществе реальной проблемы в дискурсе обнаруживаются значимые различия с другими обсуждениями по пяти компонентам субъектности.

Сообщество Politota

Общее количество выявленных показателей субъектности в дискурсе сообщества составило: 180 по обсуждению 1 (70 комментариев), 174 по обсуждению 2 (55 комментариев), 118 по обсуждению 3 (56 комментариев). Данные, характеризующие динамику выраженности компонентов субъектности в этом сообществе, представлены на рисунке 11.4.

По результатам анализа обнаружены значимые различия между обсуждением 1 и обсуждениями 2 и 3 по трем компонентам субъектности: «Языковая и понятийная идентификация» ($\chi^2 = 11{,}58$, $p<0{,}001$ и $\chi^2 = 9{,}5$, $p < 0{,}01$, соответственно), «Транслирование образа сетевого сообщества» ($\chi^2 = 49{,}2$ и $\chi 2 = 77{,}26$, $p<0{,}001$), «Планирование и результаты совместных действий» ($\chi^2 = 15{,}25$ и $\chi^2 = 15{,}25$, $p<0{,}001$). Первая из названных составляющих наиболее выражена в обсуждении 1, связанном с планированием помощи конкретному человеку, что отличает его от двух других обсуждений с более характерной для данного сообщества общей политической повесткой. Этим же объясняются и значимые различия по шкале «Планирование и результаты

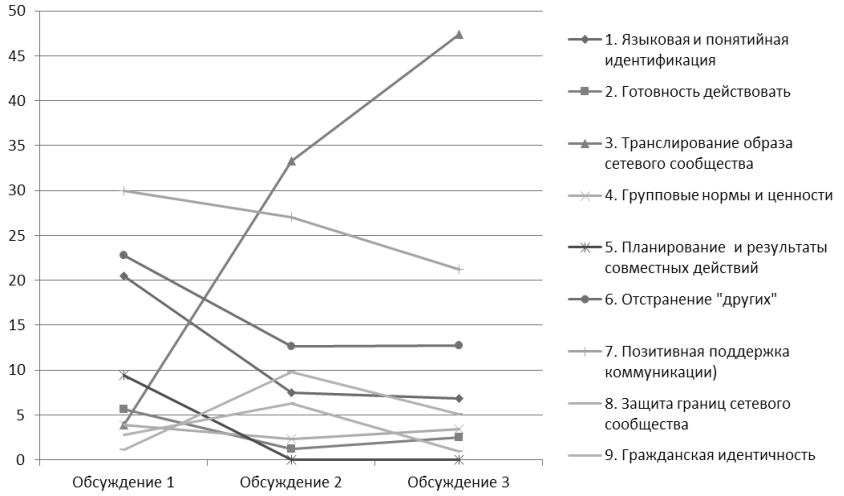


Рис. 11.4. Динамика выраженности компонентов субъектности в сообществе Politota.

Примечание: Представлено распределение относительных частот дискурсивных показателей в трех обсуждениях

совместных действий», которая не проявляется в обсуждениях 2 и 3. Напротив, шкала «Транслирование образа сетевого сообщества» менее всего представлена в обсуждении 1, тогда как в двух других дискуссиях поиск близких точек зрения, характерный для политического топика, обнаруживает значительную выраженность и проявляется в таких дискурсивных показателях, как «трансляция установок» и «внутренняя критика».

Кроме того, выявлено различие между обсуждениями 1 и 2 (1 и 3 – на уровне тенденции) по шкале «Гражданская идентичность» ($\chi^2 = 11{,}4$, $p<0{,}001$), которое связано, по-видимому, с политической тематикой дискуссий 2 и 3, актуализирующей гражданскую позицию участников сообщества. По шкале «Готовность действовать» значимые различия не определены, однако можно отметить выраженность данного компонента субъектности в обсуждении 1, в то время как в двух других он имеет лишь единичные проявления; это, очевидно, связано с планированием помощи и готовностью участников к ее оказанию.

Не обнаружено значимых различий по шкале «Отстранение „других“», так как все три обсуждения объединяет критика власти (основные представители «других»), а также по шкале «Позитивная поддержка коммуникации» как базовой составляющей субъектности сетевых сообществ.

В целом в данном сообществе выявляются значимые различия по четырем компонентам субъектности между обсуждением 1, посвященным решению онлайн-проблемы, и другими дискуссиями, более типичными.

Сообщество «Страдающее Средневековье»

Число показателей субъектности, обнаруженных в дискурсе, составило: 41 – обсуждение 1 (31 комментарий), 84 – обсуждение 2 (47 комментариев), 79 – обсуждение 3 (42 комментария). Распределение относительных частот дискурсивных показателей, представленное на рисунке 11.5, отражает изменение выраженности соответствующих компонентов субъектности по трем обсуждениям.

В данном сообществе обнаружены различия между обсуждениями 1 и 2 ($\chi^2 = 6{,}71$, $p<0{,}01$) и обсуждениями 2 и 3 ($\chi^2 = 13{,}47$, $p<0{,}001$) по шкале «Защита границ сетевого сообщества», которая значимо больше выражена в обсуждении 2. Это объясняется разницей в тема-

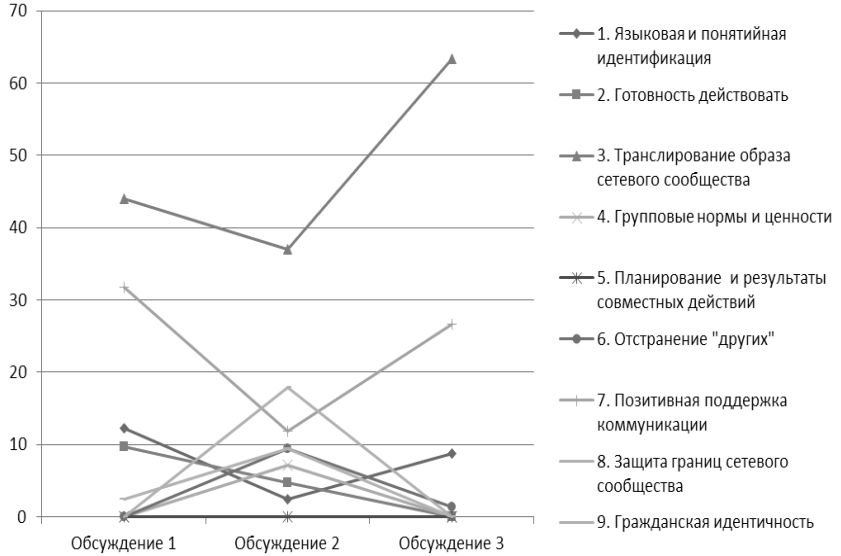


Рис. 11.5. Динамика выраженности компонентов субъектности в сообществе «Страдающее Средневековье».

Примечание: Представлено распределение относительных частот дискурсивных показателей в трех обсуждениях

тике дискуссий: в отличие от развлекательной тематики обсуждений 1 и 3, обсуждение 2 имеет гражданско-политическую направленность, провоцирующую бурные споры, дискредитацию и образование коалиций. Значимые различия с обсуждением 2 выявлены также по шкале «Транслирование образа сетевого сообщества» ($\chi^2 = 10{,}3$, $p<0{,}01$). Кроме того, разница тематики определяет, по-видимому, и дифференциацию обсуждений в плане «Языковой и понятийной идентификации», преимущественная выраженность которой отмечается в обсуждениях 1 и 3, а представленность «Гражданской идентичности», напротив, только в обсуждении 2. Последнее требует, однако, для статистического подтверждения большего количества данных.

Отсутствие значимых различий между обсуждениями 1 и 3 по выраженным в дискурсе шкалам «Языковая и понятийная идентификация», «Транслирование образа сетевого сообщества» и «Позитивная поддержка коммуникации» связано, вероятно, с типовыми для данного сообщества постами, вызывающими и сходные дискуссии. В то же время нетипичное обсуждение изменяет выраженность

субъектности в дискурсе, что видно по значимым различиям обсуждения 2 с обсуждениями 1 и 3 по двум компонентам субъектности.

Сводные данные о значимых различиях компонентов субъектности в обсуждениях по всем изучаемым сообществам представлены в таблице 11.2.

Таблица 11.2

Значимые различия в выраженности компонентов субъектности в изучаемых сообществах (количество случаев)

Компоненты субъектности / Сетевые сообщества	Архнадзор	Киномания	Лепрозорий	Политота	Средневековье	Всего
1.Языковая и понятийная идентификация				1		1
2.Готовность действовать			2			2
3.Транслирование образа сетевого сообщества				2	1	3
4.Групповые нормы и ценности			1			1
5.Планирование и результаты совместных действий	2		2	2		6
6.Отстранение «других»						
7.Позитивная поддержка коммуникации			2			4
8.Защита границ сетевого сообщества			1		2	3
9.Гражданская идентичность				1		1

Обсуждение результатов

В ходе исследования получила подтверждение выдвинутая гипотеза и стоящие за ней более частные исследовательские вопросы.

Согласно полученным данным, субъектность сетевого сообщества изменяется в процессе функционирования, что проявляется в выраженности в дискурсе ее компонентов. Субъектность раскрывается как динамическое свойство, которое непосредственно связано с организацией и уровнем развития дискурса: процессом коммуникации, постановкой целей, декларируемыми и неявными конвенциями, идентификацией и поддержкой «своих» и пр. Такой подход соответствует положению о множественности проявлений коллек-

тивного субъекта (Емельянова, Журавлев, 2009) и позволяет говорить об изменчивости этих проявлений в разные моменты жизни сообщества. Подтверждаются данные о модификации структуры субъектности сетевого сообщества в процессе коммуникации под влиянием негативных информационных воздействий (Воронин, Ковалева, 2019), а также представление о том, что выраженность дискурсивных показателей субъектности и их сочетание друг с другом позволяют дифференцировать сообщества и различные формы коллективной субъектности (Павлова и др., 2019).

Вместе с тем компоненты субъектности обнаруживают неодинаковую подверженность изменениям. Как показывает проведенное исследование, на уровне дискурсивной практики наибольшее количество значимых преобразований относится к «Планированию и результатам совместных действий», что согласуется с представлением о совместной деятельности как наиболее существенном проявлении субъектности группы (Воронин, 2019; Журавлев, 2005, 2018). Далее следуют «Защита границ сетевого сообщества», «Позитивная поддержка коммуникации» и «Транслирование образа сетевого сообщества». Следует отметить, что если компоненты, которые относятся к обсуждению совместной деятельности, могут проявляться в одних обсуждениях и вовсе отсутствовать в других, то две последние составляющие представлены практически всегда, однако их выраженность может значимо различаться. Модификация затрагивает и другие компоненты субъектности, которые тоже не остаются без изменений. При этом наиболее выраженная динамика субъектности сопряжена с решением оффлайн-проблемы, меняющим дискурс сообщества. Так, наибольшее количество значимых различий в выраженности компонентов субъектности обнаруживается в сообществах «Лепрозорий» и «Politota» при сопоставлении обсуждений, связанных с планированием помощи конкретному человеку, и других дискуссий.

Эти данные говорят о связи между активностью в социальных сетях и реальной жизнью, которая отмечается многими авторами (Павлова и др., 2018, 2020; Bastos et al., 2015; Theocharis, 2017; Sutherland, 2016 и др.). Функционирование виртуальных сообществ все больше протекает в условиях смешанной реальности, о чем свидетельствуют и зафиксированные случаи модификации компонентов субъектности в контексте митинговой онлайн-активности, а также при переходе от развлекательной к гражданско-политической тематике.

Нельзя не отметить, однако, и случаи влияния на наблюдаемую динамику направленности членов сообществ на совместное обсуждение и осмысление темы, растущая роль которой также подчеркивается (А. Г. Асмолов, А. Е. Войскунский, С. Н. Ениколопов и др.). Наиболее «стабильной» составляющей субъектности выступает, пожалуй, представленная во всех сообществах «Языковая и понятийная идентификация», что можно объяснить приверженностью участников определенному семантическому полю, в котором происходит взаимодействие. Отличие в ее выраженности можно наблюдать только в тех обсуждениях, которые являются «нетипичными» для сообщества. Эти результаты, хотя и имеют предварительный характер, позволяют представить общую картину того, какие факторы обусловливают изменение субъектности сообщества в процессе его функционирования.

Выводы

1. Подход к изучению сетевых сообществ, опирающийся на оценку субъектности по дискурсивным показателям, раскрывает субъектность как динамическое свойство, непосредственно связанное с организацией и уровнем развития дискурса, позволяя характеризовать ее проявления в разные моменты жизни сообщества.
2. Изменения субъектности сетевого сообщества в процессе его функционирования проявляются в степени выраженности в дискурсе компонентов субъектности.
3. Подверженность изменениям компонентов субъектности неодинакова. По числу значимых преобразований выделяется «Планирование и результаты совместных действий», далее следуют компоненты «Позитивная поддержка коммуникации», «Транслирование образа сетевого сообщества» и «Защита границ сетевого сообщества». Наиболее устойчивым компонентом субъектности выступает «Языковая и понятийная идентификация».
4. Динамика субъектности сообщества наиболее выражена при решении участниками оффлайн-проблемы, меняющем дискурс сообщества и структуру его субъектности.

ГЛАВА 12

Изменение субъектности сетевого сообщества в процессе троллинга

Информационно-психологическая безопасность личности и группы в наши дни при массовом распространении информационных технологий, в частности Интернета, становится все более актуальной проблемой. Сетевая коммуникация способствует не только достижению разнообразных целей, – профессиональных, познавательных, досуговых, но и создает условия для злоупотреблений в открытом интернет-взаимодействии – от проникновения в частную жизнь до целенаправленной травли, в том числе специфическими способами, доступными только в интернет-среде. Изучение различных видов психологического воздействия на примере феноменов кибер-преследования позволяет расширить представления как о личностной и групповой уязвимости, так и о потенциале противодействия негативным влияниям, об индивидуальной и групповой жизнестойкости и жизнеспособности, а также об основах психологического благополучия и здоровья человека и современного общества в целом (Жизнеспособность..., 2016; Психологическое воздействие: механизмы..., 2012; Психологическое здоровье..., 2014; Шейнов, 2019).

Качеством, отражающим способность группы сохранять свою целостность, оставаться интегрированной и активной в различных условиях, в том числе и сложных жизненных ситуациях, самоорганизовываться с целью разрешения противоречий и конфликтов, является субъектность. Для группы быть субъектом означает взаимосвязанность и взаимозависимость ее членов, а также их умение действовать совместно, согласованно, рефлексировать групповые явления, опыт и историю (Журавлев, 2018). Основными объектами для изучения коллективной субъектности остаются совместная

деятельность и жизнедеятельность членов реальных групповых объединений (Психология совместной..., 2001). Развитие цифрового общества и Интернета позволяет ставить в этой области исследований новые вопросы, в частности о субъектности сетевых сообществ, правомерности использования по отношению к ним понятия «совместная жизнедеятельность», а также о возможной специфике субъектности этих видов социальных групп (Бреслер, 2014; Ковалева, 2019а, б).

Проблема коллективного субъекта разработана как в теоретическом, так и в эмпирическом плане: выделены его признаки и на их основе – различные проявления субъектности (потенциальная или предсубъектность, реальная субъектность и групповая саморефлексия). Так, например, проявления (или уровни субъектности) группы соотносятся с различной выраженностью ее признаков – для потенциальной субъектности это взаимосвязанность членов группы, для реальной – совместная активность, для рефлексивной – групповая саморефлексия. Такой способ оценки скорее относится к макроанализу субъектности, некоторому статусу группы, который характеризует ее в целом, позволяет в принципе отнести к коллективному субъекту. Однако представляется, что возможен и более детальный анализ, при котором субъектность может пониматься как динамичное качество, проявляющее себя в конкретных поведенческих актах или характеристиках. В зависимости от текущей задачи группа актуализирует ту или иную сторону своих возможностей, необходимых для ее дальнейшего существования или развития. Такой подход соответствует общему определению индивидуального субъекта, в соответствии с которым он понимается как «качественно определенный способ самоорганизации, саморегуляции, согласования внешних и внутренних условий активности, центр координации всех психических процессов, состояний, свойств, способностей, возможностей (и ограничений) личности соотносительно с объективными и субъективными (цели, притязания, задачи) условиями деятельности, общения и т.д.» (Брушлинский, 1999, с. 331). Такое определение может быть перенесено на группу, согласующую свои возможности с актуальными задачами.

Эти процессы еще более наглядно протекают в сети Интернет, для которой характерны особые условия существования сообществ, «живущих» в информационной среде. За счет скорости распространения в сети текстовых и визуальных сообщений, способных выразить самые тонкие нюансы поведения и отношения, группа ока-

зывается способна к очень быстрой самоорганизации, перестройке, само- и взаимоподдержке, самовоспроизводству, распаду и объединению на новых основаниях. Все это позволяет проводить более подробный анализ групповой субъектности и делать предположение о ее изменчивости под воздействием обстоятельств на различных этапах существования сетевого сообщества.

Настоящая глава посвящена изучению субъектности сетевого сообщества в ситуации негативного воздействия – троллинга. Троллингом называется «написание провокационных сообщений (реплик) с целью вызвать флейм, конфликты между участниками... оскорбления <...> технологий и стилей троллинга существует огромное множество, но все они ведут к главной цели – дестабилизации сетевого сообщества» (цит. по: Акулич, 2012, с. 32). Предполагается, что атака тролля – пользователя сети, реализующего троллинг, может представлять собой модель трудной жизненной ситуации для сообщества, в котором оно проявляет свою субъектность, в том числе и ее динамику, как отражение процесса самоорганизации в соответствии с условиями ситуации (этапами атаки и противодействия ей).

Троллинг представляет собой вариант некооперативной речевой стратегии, нарушающий благоприятный климат диалогового пространства, или способ общения, в основе которого лежит создание провокационных, издевательских, оскорбительных сообщений с целью нагнетания конфликтной атмосферы. В результате успешной троллинг-атаки меняется тональность дискуссии, которая превращается в место спора (часто с использованием обсценной лексики), и изначальная кооперативная стратегия коммуникативного пространства превращается в конфликт. Явление троллинга может быть рассмотрено как форма агрессивного социального воздействия в рамках дискурсивного пространства Интернета (Немыка, Ушаков, 2012; Психология дискурса..., 2016). Процесс коммуникации в социальных медиа существенно облегчается, но при этом увеличивается и вероятность деструктивных психологических воздействий (Мурзина, Позняков, 2018). Так, например, метаанализ результатов исследования кибербуллинга в подростковой среде показал, что с кибер-издевательствами знакомы от 20 до 40% западных школьников (Шейнов, 2019), определены характерные черты кибермоббинга – социального преследования в Интернете, дано определение понятиям «кибербуллинг» и «киберсуицид» как формам поведения в интернет-пространстве, а также холиварам – сетевым «священным

войнам» с назначением жертв и преследователей во имя идеи (Галанова, 2018; Синицкая, 2017а).

Троллинг является одним из наиболее распространенных негативных явлений в сети. Провокационное поведение тролля осуществляется, как правило, с целью переключения внимания на его персону, нарушает общение в группе, вызывает ответные, обычно негативные индивидуальные и групповые эмоции. Этимология слова восходит к английскому корню troll – «цеплять», «ловить», и в обычной речи слово обозначает один из способов ловли рыбы. Оно было впервые употреблено в 1990 г. пользователем одной из социальных сетей по отношению к соответствующему поведению собеседника (Акулич, 2012). Тролль бросает «наживку», «приманку» и ждет реакции группы, когда кто-либо откликается – процесс троллинга разворачивается в полилог с неопределенным финалом – от изгнания тролля из группы до распада актуального взаимодействия группы либо самой группы в целом. В качестве «наживки» может служить самый простой вопрос. Собственно, троллинг так и зарождался (этот феномен был известен в сети Интернет давно) – с безобидных игровых форм, когда один из пользователей изображал «дурачка», «шута», якобы не понимавшего чего-либо – правил, информации, намерений других. В данном виде он существует и до сих пор, например, в качестве шутливых «войн» в Твиттере, направленных на самовоспроизводство сообщества в отсутствие информационного повода (Ковалева, 2019а).

Однако постепенно он перерос в целостное социальное явление, имеющее свои виды, формы, функции, представителей, историю и социальную организацию (Акулич, 2012; Внебрачных, 2012). Он эволюционировал к своим современным агрессивным формам, и рассматривается как вид атаки, задачей которой становится превратить спокойный тред (ветку полилога в социальной сети) в ярый спор, конфликт, в котором будет забыта первоначальная тема разговора (Акулич, 2012, с. 32).

Троллинг трактуется как один из видов социальной агрессии. Независимо от того, какую форму имело его поведение – подстрекательскую, саркастическую, провокационную или невинно юмористическую, цель тролля – внести разлад в общество и привлечь внимание к собственной персоне. В основном исследователи называют личностные причины троллинга – демонстративность, зависимость, личную неуверенность, нереализованность и тому подобные качества тролля. Из специфических причин называется аноним-

ность, доступная пользователям социальных сетей и актуализирующая многие негативные, в том числе перечисленные выше личностные радикалы (Сальникова, Чекан, 2014). Различают несколько видов троллинга и, соответственно, троллей: тролль-комментатор, тролль-провокатор, тролль – герой-любовник, тролль-советчик (Внебрачных, 2012). В целом же тролли делятся на «толстых», открыто нарушающих правила форумов и чатов, и «тонких», которые отличаются глубокими, возможно и природными, интуитивными познаниями в области психологии, и действуют изощренно, зачастую добиваясь внушительных «успехов».

Основной стиль троллинга – это флудирование, т. е. «наводнение» спам-сообщениями, не имеющими прямого отношения к содержанию бесед, конференций или диалогов пользователей интернет-форумов и социальных сетей. Когда спама становится больше 75% всех постов, читатели прерывают коммуникацию и сообщество, сложившееся вокруг какой-либо темы, распадается.

Речевое поведение тролля относится к эмоционально-оценочному типу воздействия, в котором помимо классических приемов: высмеивания, приписывания негативных качеств, игнорирования фактов, требования доказательств, выделены, например, такие формы, как употребление малопонятных профессиональных терминов, придирки к пунктуации, искажение фактов, преднамеренно наивные вопросы, специальное использование и создание интернет-мемов и др. (Строителев, 2016). Тролли меняют тональность дискуссии, разрушают коммуникацию и взаимное доверие пользователей (Немыка, Ушаков, 2012).

Исследователи обращаются к проблеме противодействия троллингу как со стороны пользователей, так и с юридической точки зрения (Акулич, 2012), однако конкретных ответов на эти вопросы пока не получено и способы противодействия троллингу выглядят значительно беднее – пользователи называют лишь один из них: стараться не замечать троллинг и не отвечать на реплики тролля, но поскольку его цель получить ответ любой ценой, то, как правило, кто-то из группы не выдерживает и отвечает. Даже если это грубая и резкая отповедь и тролль изгоняется, его цель так или иначе остается достигнутой, поскольку, со слов участников таких стычек, настроение после них бывает испорченным и течение беседы меняется. Данные о групповых стратегиях противостояния троллингу в литературе не представлены.

Современный технологический переход, на основе которого формируется цифровое общество, характеризуется появлением новых, так называемых, виртуальных ценностей (Мартьянов, 2015), к которым прежде всего относится ценность информации – основного предмета, вокруг которого строятся отношения в сетевых сообществах как «ячейках» новой социальной организации (Бреслер, 2014). Так, известен кодекс хакеров, который декларирует максимальную ее доступность и бесплатность, и другие подобные установки. Однако, помимо этой «всеобщей» ценности, имеющей значительную волатильность в зависимости от ее избытка или недостатка, определились и личностные измерения ценностных ориентаций, к которым относятся индивидуальная автономность, самовыражение и свобода выбора (Мартьянов, 2015). Очевидно, что Интернет с его открытостью и интернет-коммуникация с ее доступностью создают как условия для их реализации и достижения, так и возможности для их дискредитации. Троллинг представляет собой угрозу одновременно для всех трех ценностей, представленных как на индивидуальном, так и в особенности на групповом уровне, поскольку условием реализации индивидуальных ценностей как в реальном, так и цифровом обществе является наличие Другого или сообщества, заинтересованного во взаимодействии, в частности совместном создании, потреблении (обсуждении) и распространении информации. Тролль вольно или невольно, сознательно или нет, ищет «слабое место» сообщества – противоречия в его информационном поле, способах функционирования (например, стиле общения, юморе, иронии), ценностях, событиях, зафиксированных в его коллективной памяти, скрытых травмах и др. (Синицкая, 2017б).

Таким образом, троллинг относится к явлениям, способным привести к негативным эмоциональным состояниям как индивида, так и группу людей, вплоть до массовых, коллективных эмоций – тревоги, недовольства, гнева (Емельянова, 2016). Субъектность как одна из фундаментальных характеристик социальных групп безусловно подвергается испытанию в случае атаки тролля, однако какие изменения в субъектности сетевого сообщества происходят в случае атаки и какие последствия она вызывает, остается пока неизученным.

Мы полагаем, что использование дискурсивного подхода к оценке субъектности сетевого сообщества позволит проследить динамику субъектности и ее компонентов в случае атаки тролля. Исследование дискурса сетевых сообществ связано с изучением реальной

коммуникативной практики в разных условиях и социальных взаимодействиях. В рамках дискурс-анализа изучены практики, с помощью которых структурируются социальные и индивидуальные представления говорящих (Edvards, Potter, 1992; Harre, Gillet, 1994; Potter, Whetherel, 1987; и др.), оказывается воздействие и реализуется власть (Дейк, 1989, 2013; Чернявская, 2006; Шейгал, 2004; Wodak, 2009; и др.), организуется диалогическое взаимодействие собеседников и общение с аудиторией (Борисова, 2001; Иссерс, 2008; Китайгородская, Розанова, 2005; и др.).

Продвижение в этом направлении предполагает разработку подхода к эмпирическому изучению сетевых сообществ, сочетающего социально-психологические и психолингвистические методы. Так, ранее было показано, что различные формы субъектности сетевого сообщества проявляются в его дискурсе, конституирующем это сообщество, опосредующем взаимодействие его членов, транслирующем представления о мире, ценности, отношения, установки и задающем модели поведения его членов (Воронин, 2019).

Поскольку механизмы формирования и функционирования сетевого сообщества как группы людей, взаимодействующих в дискурсивном пространстве Интернета, наиболее полно раскрываются через анализ феномена коллективной субъектности (Журавлев, 2018), было сделано предположение, что дискурсивные маркеры сетевого интернет-сообщества будут релевантны формам его субъектности: взаимосвязанности и взаимозависимости индивидов в группе, ее способности проявлять различные формы совместной активности, а также групповой саморефлексии. Поскольку социально-психологический статус сетевого сообщества не установлен, то и названные компоненты субъектности можно рассматривать лишь как ориентиры.

Параметры исследования

Предмет исследования: субъектность сетевого сообщества и ее динамика.

Объект исследования: текстовые сообщения (треды) членов сетевого сообщества, подвергшегося атаке тролля.

Цель исследования: реконструкция структуры субъектности сетевого сообщества на разных этапах троллинга путем выявления дискурсивных маркеров различного уровня (лексических, семантичес-

ких, контент-аналитических шкал и пр.) как индикаторов различных компонентов субъектности сетевого сообщества.

Основная гипотеза исследования: уровень субъектности сетевого сообщества, проявляющийся в его дискурсе, изменяется в процессе троллинга.

Задачи исследования:

1) фрагментация треда сетевого сообщества в социальной сети «Твиттер», в котором, по субъективным оценкам его участников, была зафиксирована атака тролля;
2) оценка субъектности сетевого сообщества на разных этапах троллинга с помощью дискурсивных маркеров.

Методика

В качестве исследовательского материала (выборка исследования) использовались тексты сообщений двух тредов твиттер-сообщества, подвергшегося атаке тролля (обоснование формирования сообщества в связи с информационным поводом в Твиттере см. подробнее в: Бреслер; 2014; Ковалева, 2019а). Треды состояли из 184 сообщений, принадлежавших 28 участникам и поступавших на протяжении 26 часов. Атака тролля была идентифицирована в ходе экспертной оценки текстов сообщений тредов с использованием лексическо-семантического анализа и анализа коммуникаций в них.

Выявление компонентов структуры субъектности сетевого сообщества осуществлялось путем экспертной оценки текстов сообщений в тредах с помощью перечня дискурсивных маркеров субъектности сетевых сообществ, разработанного на основе психолингвистического анализа корпуса текстов сетевых сообществ (Воронин и др., 2019; Павлова и др., 2019).

Всего использовалось 64 дискурсивных маркера субъектности, относящихся к различным компонентам субъектности (см. таблицу 12.1).

Оценка субъектности осуществлялась на основе кумулятивно-аддитивной модели с винзорированным усреднением по девяти первичным компонентам субъектности и двум вторичным компонентам в соответствии с выявленной структурой субъектности сетевых сообществ, представленной на рисунке 12.1 (Воронин и др., 2019): готовность действовать, планирование и результаты совмест-

Таблица 12.1

Компоненты субъектности и их дискурсивные маркеры

Компоненты субъектности	**Дискурсивные маркеры**
1. Языковая и понятийная идентификация	Общность языка, метафор; общность референциальных объектов; «парольные» слова и выражения, разделяющие «своих» и «чужих»; приверженность определенному семантико-тематическому полю и др.
2. Готовность действовать	Призывы к действию; формулы причастности, призывы к сплоченности и констатации единства; призывы к акциям за рамками сетей; создание эмоционального настроя воодушевления, уверенности и пр.; Выраженность непосредственно-реактивной составляющей дискурса, эмоционального побуждения к немедленному действию и т. п.
3. Транслирование образа сетевого сообщества	Оценочные суждения по поводу сообщества; отсылка к другим участникам сообщества, цитирование собеседников; сообщение о значимости сообщества, транслирование установок; внутренняя критика сообщества и др.
4. Групповые нормы и ценности	Создание и поддержание традиций сообщества; формулирование коммуникативных норм, правил разрешения разногласий, выявление запретов, желательных и нежелательных тем; формулирование групповых ценностей, установок, притязаний; ссылки на совместный опыт общения и т. п.
5. Планирование и результаты совместных действий	Формулирование и обсуждение цели сообщества; сообщение о совершенных действиях; отчет о совместной деятельности и ее результатах; готовность следовать организационным и управляющим воздействиям; обсуждение способов достижения цели; планируемая деятельность: напоминания, оповещения и т. п.
6. Отстранение «других»	Маркирование социальной дифференциации, социокультурной инородности; умаление значимости «других», дискредитация; генерализация оценок; оскорбление, осуждение «других»
7. Позитивная поддержка коммуникации	Одобрение, поощрение, поддержка «своих»; вовлечение в коммуникацию, постановка вопросов, запрос/оспаривание мнения, выражение согласия; запрос помощи, просьбы, жалобы, обращения; поддержание диалога; похвала и т. п.
8. Защита границ сетевого сообщества	Спор с чужими, агрессия по отношению к другим; предупреждение нежелательной активности: запреты, запугивание; возбуждение недоверия и враждебности к «другим» и др.
9. Гражданская идентичность	Декларация и обсуждение гражданской идентичности; переживание потребности в принадлежности к какой-либо гражданской общности; обсуждение социальной защищенности; установка на изменения; установка на изменение существующего положения дел и пр.

Рис. 12.1. Структура субъектности сетевых сообществ.

Примечание: * – первичные компоненты субъектности; ** – вторичные компоненты субъектности

ных действий образуют отдельный кластер, вторичный компонент субъектности – обсуждение совместной деятельности; языковая и понятийная идентификация, транслирование образа сетевого сообщества, отстранение других, защита границ сетевого сообщества и гражданская идентичность образуют вторую вторичную компоненту – «Свои–чужие». Уровень субъектности для каждого из компонентов были вычислен как отношение количества выделенных маркеров субъектности, отнесенных к тому или иному компоненту, к количеству реплик определенного типа сообщений, выявленных в процессе троллинга. Также был введен параметр «Общей субъектности», отражающий генерализованное представление субъектности сетевого сообщества, который рассчитывался как среднее по всем компонентам субъектности.

Экспертная оценка материала исследования осуществлялась двумя экспертами-психологами с последующим согласованием разметки и фрагментации треда в ходе трех экспертных сессий, проведенных с использованием метода обоснованной теории (Glaser, 1978; Glaser, Strauss, 1967).

Результаты и их обсуждение

Идентификация тролля и фрагментация треда

Сообщения тролля были выявлены по нескольким критериям: 1) по несоответствию семантико-тематическому полю дискурса сетевого сообщества; 2) по специфическим сообщениям одного из участников, опознавшего тролля; 3) по ответным, не свойственным привычному характеру диалога репликам участников сетевого сообщества.

Дискуссия в начале тредов проходила в виде иронического полилога (стеба) по поводу народных средств, используемых в бытовых целях. Участники сетевого сообщества «упражнялись» в остроумии и проводили время в «ни к чему не обязывающем общении». По сути, на этапе «до троллинга» преобладало фатическое общение (соответствует стадии самовоспроизводства сетевого сообщества, в том числе в Твиттере (Бреслер, 2019; Ковалева, 2019а). Этот этап включал 28 твитов.

Сообщения тролля резко отличались серьезным отношением к заявленной теме и явным осуждением легкомыслия участников дискуссии. Несколько ответных реплик участников сообщества свидетельствуют об игнорировании сообщений тролля и даже о попытках взаимодействия с ним в прежнем легкомысленном тоне. Только после трех его сообщений появляются явные указания со стороны членов сообщества на его высказывания как на неадекватные и не соответствующие дискуссии, например, «ё моё, а так все безобидно начиналось)))». Всего было пять твитов, явно указывающих на тролля, и твиты такого типа были объединены в группу сообщений «Опознание тролля». Поскольку к этому времени аккаунт тролля был однозначно верифицирован, то удалось и определить начало его атаки – первое сообщение, которое он послал в один из тредов. На рисунке 12.2 представлена диаграмма Ганта для различных типов сообщений из анализируемых тредов.

Атака тролля длилась четыре часа и включала 27 сообщений. Еще одно, последнее, сообщение тролля было опубликовано в утренней дискуссии и незамедлительно вызвало противодействие, но никак не повлияло на характер коммуникации после троллинга. На завершающем этапе анализируемых тредов общение между участниками по стилю мало чем отличалось от «стеба» на этапе коммуникации

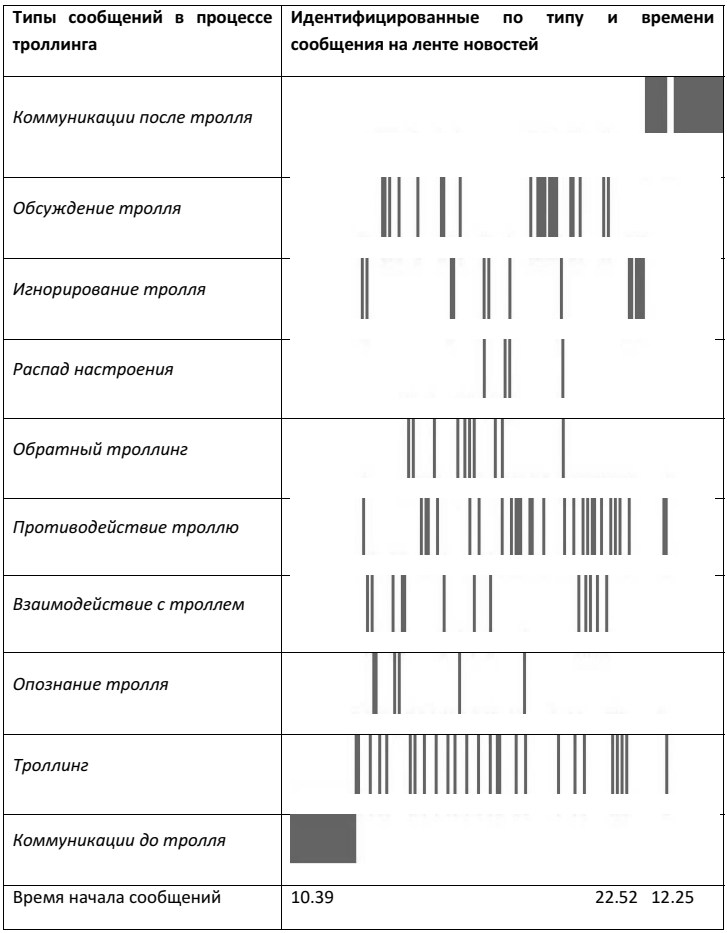


Рис. 12.2. Типы сообщений треда, распределение по времени (порядок типов сообщений обратный, начало графика внизу таблицы)

«до тролля» с той лишь разницей, что одним из референциальных объектов оказался сам тролль и тема вчерашнего троллинга была достаточной актуальной.

Этап «Коммуникация после тролля» состоял из 30 твитов.

Этап «Троллинг» включал и другие группы сообщений, которые можно рассматривать как специфические реакции на «троллинговые» твиты. Так, сообщения, отнесенные к типу «Обсуждение трол-

ля» (23 твита) включали прямые указания на различные характеристики тролля и его неприемлемые особенности и/или действия, например: «Они (предполагается, что такие, как тролль. – *Прим. авт.*) сидят в засаде и ждут, эти уволенные сотрудники Петросяна...».

Этап «Опознание тролля» состоял из 6 реплик, включавших явное указание на тролля и его пагубные для нормального общения воздействия. Сообщения этого типа были адресованы как участникам сообщества, так и самому троллю.

Этап «Игнорирование тролля» – 9 твитов – состоял из сообщений, обращенных к участникам дискуссии в обычном стиле, как бы продолжающих прерванное «легкое общение», тема тролля в этих сообщениях не поднималась, и сам тролль не обсуждался.

Группа твитов, обозначенных как «Взаимодействие с троллем» включала сообщения, направленные на попытки «нормального» с ним общения. Участники, публиковавшие такие твиты, видимо не в полной мере понимали, что перед ними именно тролль, и продолжали взаимодействовать с ним, как с обычным членом сообщества. Всего было 16 таких твитов. По сути, сообщения такого рода поддерживали серьезный тон обсуждения, задаваемый троллем, и тем самым расширяли троллинг.

Сообщения, сгруппированные в этап «Обратного троллинга», были адресованы непосредственно троллю и включали откровенное глумление над ним и его сообщениями. Всего было выделено 10 таких твитов.

«Противодействия троллю» по содержанию мало чем отличались от «Обратного троллинга», но на этом этапе твиты были также обращены и к участникам сообщества, включая при этом иронию и сарказм (26 твитов).

Отдельную группу составляли сообщения минорного содержания, констатирующие сожаление по поводу случившегося и отсутствие настроения продолжать общение. Этот этап был назван «Распад настроения» и включал 4 твита. Всего было выделено десять типов сообщений (Коммуникация после тролля, Обсуждение тролля, Игнорирование тролля, Распад настроения, Обратный троллинг, Противодействие троллю, Взаимодействие с троллем, Опознание тролля, Троллинг, Коммуникация до тролля). При этом при фрагментации треда отчетливо выделяются три этапа: собственно этап троллинга, на котором происходит преимущественно взаимодействие с трол-

лем, этапы «до» и «после» троллинга, на которых участники взаимодействуют друг с другом.

Оценка субъектности сетевого сообщества на разных этапах троллинга

Выявление компонентов субъектности сетевого сообщества и ее структуры осуществлялось путем экспертной оценки текстов сообщений в анализируемых тредах с помощью перечня дискурсивных маркеров субъектности сетевых сообществ, разработанного на основе психолингвистического анализа корпуса текстов сетевых сообществ (Воронин и др., 2019; Павлова и др., 2019). Использовалось 64 дискурсивных маркера субъектности. Оценка осуществлялась двумя экспертами индивидуально с последующим согласованием мнений в ходе экспертной сессии.

Всего в двух тредах было выделено 465 маркеров субъектности, среди наиболее популярных были следующие: маркеры, относящиеся к фатическому общению, юмору, иронии; маркеры позитивной поддержки коммуникации; маркеры, относящиеся к транслированию образа сетевого сообщества, позволяющие идентифицировать и отстранить «других», оскорблять и осуждать «других»; маркеры возбуждения недоверия и враждебности к «другим» и др. Маркеры были сгруппированы по компонентам субъектности, характерным для сетевых сообществ (Воронин и др., 2019).

Оценка общей субъектности и ее компонентов осуществлялась на основе кумулятивно-аддитивной модели с винзорированным усреднением по девяти первичным и вторичным компонентам субъектности (Воронин, и др. 2019) (см. таблицу 12.2).

Различия по уровню выраженности различных компонентов субъектности представлены на рисунке 12.3. Очевидны различия по некоторым компонентам субъектности, поскольку не выявлено соответствующих дискурсивных маркеров на этапах «до» или «после» троллинга. Так, на этапе «до троллинга» не выявлены дискурсивные маркеры субъектности для компонентов «Планирование и результаты совместных действий», «Групповые нормы и ценности», «Отстранение других», «Защита границ сетевого сообщества» и «Гражданская идентичность». Также не выявлены дискурсивные маркеры «Готовность действовать», «Языковая и понятийная идентификация» на этапе тредов «после троллинга».

Таблица 12.2

Уровни субъектности различных типов сообщений в треде (относительное количество дискурсивных признаков субъектности к общему количеству сообщений по отдельному компоненту субъектности)

Тип твита	**Компоненты субъектности**											
	Готовность действовать	Планирование и результаты совместных действий	Позитивная поддержка коммуникации	Групповые нормы и ценности	Языковая и понятийная идентификация	Транслирование образа сетевого сообщества	Отстранение других	Защита границ сетевого сообщества	Гражданская идентичность	Обсуждение совместной деятельности	Свои–чужие	Общая субъектность
До тролля	1,07	0,00	1,50	0,00	0,14	0,43	0,00	0,00	0,21	0,54	0,14	0,35
Троллинг	0,11	0,07	0,57	0,00	0,00	0,61	0,57	0,21	0,11	0,09	0,35	0,24
Опознание тролля	0,00	0,20	0,20	0,00	0,00	0,60	0,20	0,20	0,00	0,1	0,25	0,16
Взаимодействие с троллем	0,00	0,06	0,44	0,19	0,00	0,75	0,13	0,00	0,00	0,03	0,22	0,19
Противодействие троллю	0,04	0,27	0,85	0,04	0,08	0,35	0,27	0,19	0,04	0,15	0,22	0,24
Обратный троллинг	0,00	0,00	0,40	0,00	0,10	0,80	0,30	0,20	0,00	0,00	0,35	0,2
Распад настроения	0,25	1,25	0,50	0,00	0,50	0,25	0,50	0,00	0,25	0,75	0,31	0,36
Игнорирование тролля	0,00	0,14	0,29	0,14	0,07	0,71	0,00	0,00	0,00	0,07	0,2	0,17
Обсуждение тролля	0,00	0,35	0,39	0,00	0,13	0,61	0,30	0,04	0,00	0,17	0,27	0,2
После тролля	0,00	0,60	0,60	0,40	0,00	0,10	0,10	0,20	0,00	0,3	0,1	0,27

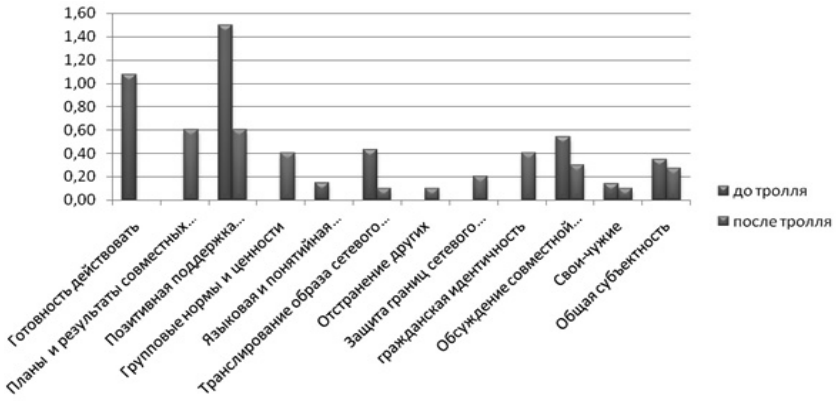


Рис. 12.3. Уровни компонентов субъектности этапов треда «до» и «после» троллинга

Значимость различий между уровнями общей субъектности и такими ее компонентами, как «Позитивная поддержка коммуникации», «Транслирование образа сетевого сообщества», «Обсуждение совместной деятельности» и «Свои–чужие» были оценены с помощью непараметрических критериев U Манна–Уитни, W Уилкоксона и Z Колмогорова–Смирнова. Результаты сравнения приведены в таблице 12.3.

Таблица 12.3

Оценка значимости различий компонентов субъектности на этапах «до» и «после» троллинга

Критерии и значимость	**Позитивная поддержка коммуникации**	**Транслирование образа сетевого сообщества**	**Обсуждение совместной деятельности**	**Свои–чужие**	**Общая субъектность**
U Манна–Уитни	231,000	189,000	333,000	372,000	339,000
W Уилкоксона	696,000	654,000	798,000	837,000	804,000
Z Колмогорова–Смирнова	–3,009	–3,777	–1,455	–0,881	–1,850
Асимпт. значимость (двусторонняя)	0,003	0,001	0,146	0,379	0,064

Уровень выраженности таких компонентов субъектности, как «Позитивная поддержка коммуникации» и «Транслирование образа сетевого сообщества» значимо снижается после атаки тролля. Общая субъектность снижается незначимо. Структура компонентов субъектности сообщества радикально изменилась в результате атаки тролля. Так, до нее общение в тредах сводилось к шуточному обсуждению намерений что-либо сделать, изобиловало маркерами дружеской поддержки коммуникации, содержало высказывания типа «какие мы замечательные...» (в терминах субъектности – содержало маркеры трансляции образа сообщества) и включало специфические сленговые слова и выражения, говорящие о языковой и понятийной идентификации «своих». После атаки структура субъектности сетевого сообщества была представлена большинством компонентов, за исключением «готовности действовать» и «языковой и понятийной идентификации». Если учесть, что «Позитивная поддержка коммуникации» и «Транслирование образа сетевого сообщества» значимо снизились, то складывается впечатление, что после атаки тролля сообществом были отвергнуты связывающие сообщество компоненты субъектности и заменены на иные, что и зафиксировано в радикально изменившейся структуре субъектности сетевого сообщества (см. рисунок 12.4).

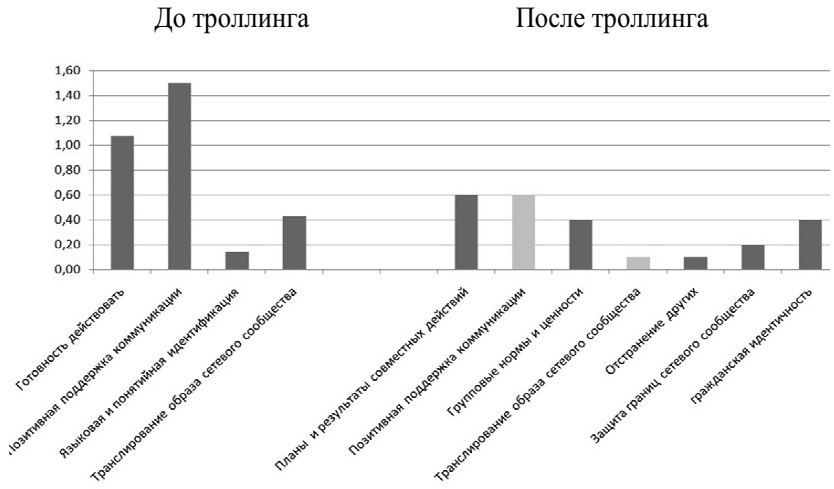


Рис. 12.4. Компонентный состав субъектности сообщества «до» и «после» троллинга

Иной интерпретацией существенного изменения компонентного состава субъектности может служить восстановление большинства ее компонентов как попытка декларировать существующую субъектность сообщества, как средство напомнить всем его членам о том, что «наше сообщество все еще существует, несмотря ни на что». После атаки тролля появилась необходимость продемонстрировать различные аспекты субъектности, которые при повседневном общении как бы оказались в тени и аксиологический аспект связности и взаимозависимости участников сообщества был не так важен и актуален.

В случае атаки тролля нас интересуют прежде всего его твиты – их содержание также можно проинтерпретировать в терминах субъектности и оценить наполненность маркерами субъектности. Полученные данные представлены на рисунке 12.5.

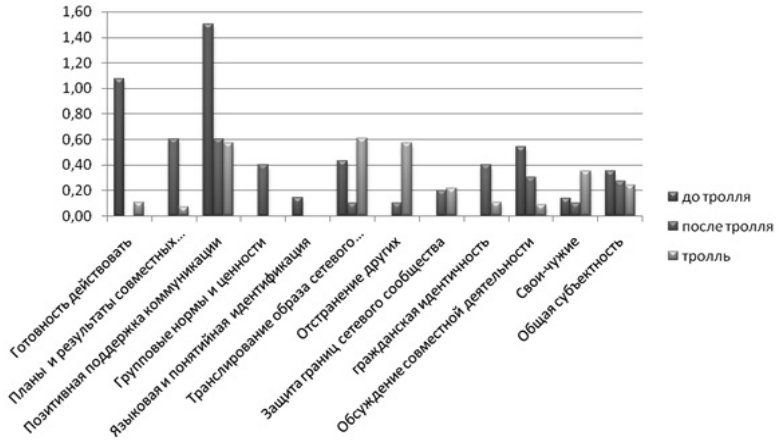


Рис. 12.5. Оценка твитов тролля в терминах субъектности

Наполненность твитов тролля маркерами субъектности, отражающими различия между «своими» и «чужими», выглядит вполне очевидным, но удивление вызывает характер этих сообщений. Тролль буквально навязывает участникам сообщества свой образ сетевого сообщества и требует, чтобы ему следовали, яростно отстраняет «истинных» участников сообщества (фактически его организаторов) называя их «чужими», демонстрируя неуместность их поведе-

ния в дискуссии, и не менее яростно отстаивает границы навязываемого несуществующего сообщества, придуманного им самим. При этом в качестве повода участвовать в групповой дискуссии тролль использовал намерения участников сделать нечто вместе, обсуждая планы будущих действий. Возможно, именно поэтому после троллинга участники сообщества перестали выражать готовность что-либо делать.

Субъектность твитов участников сообщества непосредственно во время троллинга и «субъектность» сообщений тролля представлены на рисунке 12.6.

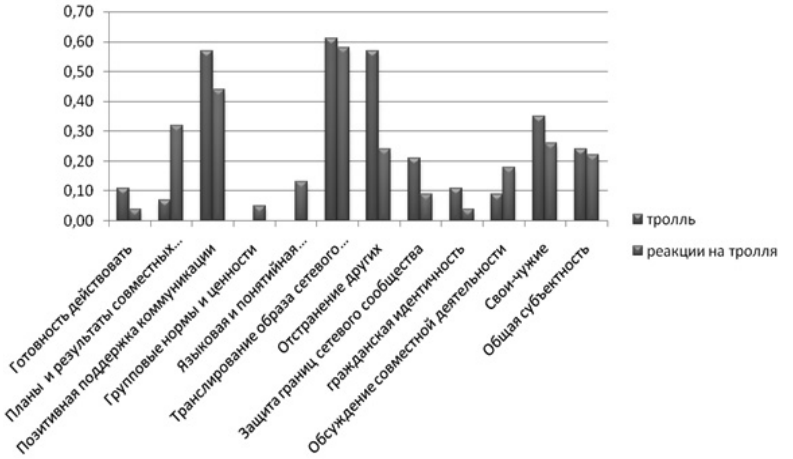


Рис. 12.6. Оценка твитов членов сообщества в терминах субъектности

Можно констатировать асимметричный ответ сообщества на атаку тролля. Тролль ярче демонстрировал образ того, каким должно быть данное сообщество, как нужно защищать его границы, тролль более яростно «отстранял» участников дискуссии, апеллируя в том числе и к гражданской идентичности участников. Участники сообщества в свою очередь в большей степени наполняли свои твиты словами о следовании принятым групповым нормам и ценностям и указывали троллю на его языковую и понятийную несостоятельность в рамках данного сообщества. При этом часть участников дискуссии продолжала обсуждать совместную деятельность, в том числе и с троллем, тем самым поощряя развитие атаки.

Заключение

Атака тролля приводит к радикальному изменению компонентного состава субъектности и незначимому снижению общей субъектности. Непринужденное общение до атаки тролля, направленное на обсуждение намерений что-либо сделать, презентирует «позитивную поддержку коммуникации», включает разнообразные маркеры «трансляции образа сообщества» и сленговые слова и выражения, говорящие о языковой и понятийной идентификации «своих». После атаки тролля в структуре субъектности сетевого сообщества представлены большинство компонентов субъектности, за исключением «готовности действовать» и «языковой и понятийной идентификации». Выявлена наполненность твитов тролля маркерами субъектности, отражающими различия между «своими» и «чужими». Противодействие троллю осуществляется в виде «ассиметричного ответа».

Существенное изменение компонентного состава субъектности и незначимое снижение общей субъектности в результате атаки тролля подтверждают идею о своеобразной психометрике субъектности сетевого сообщества, основанной на приоритете разнообразия различных ее составляющих над уровнем их проявления: уровень субъектности сетевого сообщества в большей степени зависит от разнообразия входящих в нее компонентов, нежели от степени их выраженности (Воронин, 2019).

Практическая значимость работы определяется тем, что вопросы психологического воздействия в интернет-среде приобретают особую значимость и остроту в условиях глобальных изменений жизни современного человека – обострения психоисторического противостояния и усиления психоманипуляции в самых разных областях жизни, связанных прежде всего с традиционными ценностями (Гостев, 2016; Ковалева, Журавлев, 2018; Ковалева, Соснин, 2017). Понимание динамики субъектности сетевых сообществ под влиянием негативных информационных воздействий может способствовать разработке рекомендаций для организации различных уровней информационной безопасности – индивидуальной, реальной групповой, сетевой, институциональной.

ГЛАВА 13

Изучение жизнеспособности сетевых сообществ по дискурсивным маркерам

В самом общем виде под жизнеспособностью группы понимают совокупность групповых характеристик и процессов, обеспечивающих адаптацию к меняющимся, труднопредсказуемым условиям совместной жизнедеятельности (Нестик, Багратиони, 2018). Психологическое содержание жизнеспособности группы состоит в совокупности психологических отношений, обеспечивающих устойчивость группы к неблагоприятным обстоятельствам и ее способность развиваться. Эти отношения конструируются и закрепляются через групповые представления, ценности и нормы, регулирующие ответ группы на внешние и внутренние угрозы ее существованию (Нестик, Багратиони, 2018). Обнаруживается довольно много подходов к изучению жизнеспособности групп, в рамках которых она операционализируется как умение справляться с проблемами, повышая при этом уровень своей компетентности (Sutcliffe, Vogus, 2003), способность оправиться после неудач, конфликтов и других угроз (West et al., 2009), способность быстро реагировать на внезапные, непредвиденные затруднения без существенного снижения эффективности (Stephens et al., 2013), способность сохранять группу в недружественной обстановке и восстанавливаться после кризиса (Sharma, Sharma, 2016), способность преодолевать неудачи, ошибки без существенных потерь (McEwen, 2016; Meneghel et al., 2016), способность реагирования, мониторинга, прогнозирования и обучения (Hollnagel et al., 2006), способность адаптироваться к изменениям, активно идентифицировать потенциальные проблемные ситуации в будущем и продумывать варианты их предупреждения и выхода из них (McEwen, 2016). С. Сун и С. Прабхакаран приводят следующую структуру жиз-

неспособности реальной рабочей группы (см. рисунок 13.1) (по: Нестик, Багратиони, 2018).

Рис. 13.1. Структура, основные предпосылки формирования и производные жизнеспособности команды проекта

Важным элементом жизнеспособности является групповая рефлексивность и готовность участвовать в регулярном анализе совместного опыта. Обмен явными и неявными знаниями с внутренними и внешними стейкхолдерами благоприятно влияет на формирование групповых процессов, являющихся предпосылками групповой жизнеспособности (Нестик, 2016).

Среди предикторов групповой жизнеспособности многие исследователи выделяют доверие, которое облегчает участникам совместной деятельности предоставление обратной связи друг другу, позволяет членам команды рассматривать альтернативные точки зрения и формировать целостное понимание сложившейся ситуации.

Жизнеспособность сетевых сообществ как виртуальных социальных групп зависит от специфики их существования в среде Интернета. Благодаря современным информационным технологиям у людей появляется возможность объединяться в различные сообщества для повседневного общения, взаимной поддержки, обмена знаниями, обучения, предоставления услуг, игр и пр. Эти сообщества принято называть сетевыми, так как они формируются, как правило, в социальных сетях и/или других социальных медиа, реализованных в рамках подхода Web 2.0. Отличительной особенностью

этих сообществ является возможность генерировать контент самими участникам, наполняя социальные сети уникальным содержанием. Исследование социально-психологических характеристик сетевых сообществ, в том числе и их жизнеспособности, зависит от решения нескольких методологических проблем. Первая проблема связана с природой сетевых сообществ, обусловленной как качествами отдельных участников, так и спецификой социальных медиа, определяющими характер взаимодействия в них. Соответственно, объектом конкретного исследования выступает как пользовательский контент, так и сведения о характере взаимосвязей аккаунтов. Не менее значимой является проблема неопределенности предмета исследования, индуцированная неопределенностью размера сообщества. Значительный разброс в размере сетевых сообществ от малой до большой социальной группы и его спонтанные флуктуации не позволяют использовать для анализа характеристики реальных сообществ. Третья проблема связана с идентификацией участников сетевого сообщества, представленных виртуально своими аккаунтами и связанным с ними контентом (Воронин, 2019).

Одним из подходов, частично снимающих указанные проблемы, может стать анализ коммуникации сетевого сообщества без конкретизации отдельных участников. При этом объектом исследования будет выступать пользовательский контент, связанный с аккаунтами посредством социальных медиа, и дискурсивная парадигма исследования представляется наиболее адекватной для его изучения. В рамках дискурс-анализа изучены практики, с помощью которых структурируются социальные и индивидуальные представления говорящих (Edvards, Potter, 1992; Harre, Gillet, 1994; Potter, Whetherel, 1987; и др.), оказывается воздействие и реализуется власть (Дейк, 2013; Чернявская, 2006; Шейгал, 2004; Wodak, 2009; и др.), организуется диалогическое взаимодействие собеседников и общение с аудиторией (Борисова, 2001; Иссерс, 2008; Китайгородская, Розанова, 2005; и др.). В соответствии с основной гипотезой мы предполагаем, что основные характеристики жизнеспособности сетевого сообщества проявляются в его дискурсе, транслирующем представления о ценностях, отношениях, установках и задающем модели поведения. Определение особенностей дискурса сетевых сообществ, релевантных различным характеристикам жизнеспособности, предполагается осуществить путем выявления отдельных дискурсивных

маркеров различного уровня (лексических, семантических, контент-аналитических шкал и пр.). Жизнеспособность сетевого сообщества в этом случае будет базироваться на частоте обнаружения дискурсивных маркеров в пользовательском контенте, а ее оценка будет зависеть от психометрической модели проявления дискурсивных маркеров в характеристиках жизнеспособности сетевого сообщества.

Параметры исследования

Цель исследования: реконструкция структуры жизнеспособности сетевого сообщества на основе дискурс-анализа его контента.

Задачи исследования: выявление дискурсивных маркеров жизнеспособности, экспликация представлений экспертов о характеристиках жизнеспособности, реконструкция структуры жизнеспособности сетевых сообществ, экспертная оценка жизнеспособности сетевых сообществ.

Методы

Для выявления дискурсивных маркеров жизнеспособности использовался психолингвистический анализ корпуса текстов сетевых сообществ в рамках обоснованной теории (Glaser, 1978; Glaser, Strauss, 1967). В процессе анализа осуществлялось последовательное многоступенчатое кодирование контента сетевых сообществ, выделение в нем первичных описательных кодов (дискурсивных маркеров) с последующим избирательным кодированием до ядерных категорий. Верификация ядерных категорий субъектности осуществлялась с использованием многомерного шкалирования дискурсивных маркеров по шкалам жизнеспособности реальных (оффлайн) малых групп, команд и организаций (Нестик, 2016; Нестик, Багратиони, 2018). Результаты шкалирования после проверки на согласованность данных и устранения явно отклоняющихся результатов, были усреднены и подвергнуты кластерному анализу. Для статистических расчетов использовался пакет PASW Statistics v. 18. Конкретные статистики и критерии приведены при описании результатов исследования. Коррекция структуры жизнеспособности осуществлялась путем теоретического кодирования на завершающих этапах построения «обоснованной теории».

Выявление дискурсивных характеристик жизнеспособности сетевых сообществ

Выявление дискурсивных характеристик осуществлялось четырьмя экспертами-психолингвистами с помощью психолингвистического и функционально-семантического анализа корпуса текстов пяти сетевых сообществ: сообщество «Тугеза» по сбору средств на благотворительность на платформе Dirty[1], чат ЖК «Южная Битца» в мессенджере Телеграм[2], форум художников клуба BJD кукол[3], новостной и познавательный блог «Варламов» в «ЖЖ» (LiveJournal)[4], форум благотворительного фонда помощи бездомным животным «Пес и Кот»[5]. Обсуждение и согласование способов выделения и кодировки проводилось в ходе четырех экспертных сессий в рамках метода обоснованной теории (Glaser, 1978; Glaser, Strauss, 1967). Экспертами были выявлены дискурсивные маркеры различного уровня: отдельный пост или комментарий, согласующиеся реплики, дискурс в целом. По форме маркеры были отнесены к трем группам: лексическо-грамматические, процессуальные и семантические. Всего было выделено 97 дискурсивных маркеров жизнеспособности сетевых сообществ. Так, базовые характеристики, обеспечивающие «длящееся», продолжающееся, самовоспроизводящееся и самоподдерживающееся общение, а также позитивные взаимоотношения в сетевом сообществе, проявились в таких маркерах, как «высказывания „пропитанные“ оптимизмом», «выражение солидарности по поводу...», «поддержка позитивных эмоций, поддержание хорошего настроения» и др. Умение справляться с проблемами, повышая при этом уровень своей компетентности, выражалось в маркерах «высказывания о том, что участие в сетевом сообществе позволяет ориентироваться в окружающем», «благодаря сетевому сообществу возможно инициативное и активное вмешательство в события» и др. Способность сообщества к обучению и адаптации к изменениям отобразилось в таких маркерах, как «необычные и оригинальные сообщения о том, как по-другому жить дальше», «сообщения о том, что в сооб-

1 URL: https://together.d3.ru.

2 URL: https://t.me/uznaabitca.

3 URL: https://bjdclub.ru/index.php.

4 URL: https://varlamov.ru/3809040.html.

5 URL: http://pesikot.org/forum/index.php.

ществе рады любому, здесь есть место обсуждению „инаковости“». Способность оправиться после неудач, конфликтов и угроз проявилась в «уверенности, что все вернется к первоначальному состоянию» и в сообщениях типа «мы помним, как было хорошо и вернемся к этому». Важными при выделении маркеров оказались как лексические, так и семантические категории, которые не получили конкретной формы реализации, но надежно идентифицировались экспертами по смыслу: дискуссионный характер общения и разнообразие аргументации в спорах, солидарность и согласованность в оценке событий, обсуждение новых возможностей и их постоянный поиск. Обнаруженные дискурсивные признаки жизнеспособности сетевых сообществ корректировались в ходе экспертных сессий и на последней из них были сгруппированы в восемь ядерных категорий: 1) общая жизнеспособность (базовые признаки, связанные с существованием сообщества и его способностью к развитию в различных условиях); 2) вовлеченность (удовлетворение от совместной жизнедеятельности, совместная активность); 3) контроль (убежденность членов сообщества, что совместная активность влияет на результат); 4) принятие риска (убежденность, что все, происходящее в сообществе, несет положительный опыт; 5) пластичность (способность приспосабливаться после неудач и «утрат», используя оставшиеся ресурсы); 6) устойчивость (способность восстанавливаться после неудач и «утрат», после того как структура и функции сообщества были нарушены); 7) антихрупкость (способность становиться «сильнее», разнообразнее, обширнее, лучше после трудностей); 8) саморазвитие (развитие в соответствии с миссией). Каждая ядерная категория функционально и структурно раскрывала определенный аспект жизнеспособности сетевых сообществ. В связи с тем, что по некоторым признакам у экспертов возникли разногласия и сомнения в их приемлемости для оценки жизнеспособности, исходный список дискурсивных маркеров был сокращен до 44.

Структура жизнеспособности сетевых сообществ на основе анализа их дискурса

Пять экспертов, специалистов в области социальной и общей психологии, занимающихся исследованием жизнедеятельности коллективных и индивидуальных субъектов, участвовали в заключительной сессии по выявлению и описанию дискурсивных характеристик

жизнеспособности сетевых сообществ для ознакомления с их содержанием и проявлениями в текстах. После этого они оценили вклад каждого из 44 дискурсивных маркеров в различные характеристики жизнеспособности, описанные К. Макьюэн и К. Бойд как различные ее индикаторы (Masten, 2011; McEwen, Boyd, 2016, 2018). Всего было использовано 52 характеристики жизнеспособности: «способность сообщества оставаться эффективным в затрудненных условиях», «участие в сообществе способствует повышению компетентности», «вселяет оптимизм и уверенность в завтрашнем дне», «способствуют принятию инноваций», «способствует предусмотрительности», «позволяет позитивно воспринимать возникающие проблемы» и т. п. Оценка осуществлялась по 5-балльной шкале Лайкерта, описывающей, в какой степени дискурсивный признак определяет конкретную характеристику жизнеспособности. Таким образом, было получено пять матриц (44*52) – дискурсивные признаки * характеристики жизнеспособности. Для обобщения результатов шкалирования была проведена оценка согласованности мнений экспертов. Для каждой шкалы был посчитан коэффициент согласованности альфа Кронбаха α. Если α для трех и более экспертов оказывался >0,7, то результаты признавались согласованными и данные экспертов, ухудшающих оценку согласованности, в дальнейшем не учитывались. По 13 характеристикам не удалось получить достаточную согласованность, и они были исключены из анализа. Согласованные данные были усреднены по экспертам и подвергнуты процедуре кластерного анализа (Hierarchical Cluster Analysis, способ измерения расстояния Squared Euclidian distance, метод кластеризации Between-groups linkage). На рисунке 13.2 представлена дендрограмма и выбранный вариант разбиения на кластеры с учетом максимальной дистанции при объединении объектов в кластеры и ясности интерпретации при содержательном обобщении признаков, входящих в кластер.

Всего было выделено шесть кластеров. Содержательная интерпретация входящих в кластеры дискурсивных маркеров жизнеспособности представлена на рисунке 13.3. По сути, полученная структура жизнеспособности представляет собой реконструкцию структуры имплицитных представлений о жизнеспособности сетевых сообществ экспертов в области социальной и общей психологии, изучающих свойства коллективных субъектов, включенных в разные формы сетевой активности и понимающих особенности дискурса, характерных для масс-медиа.

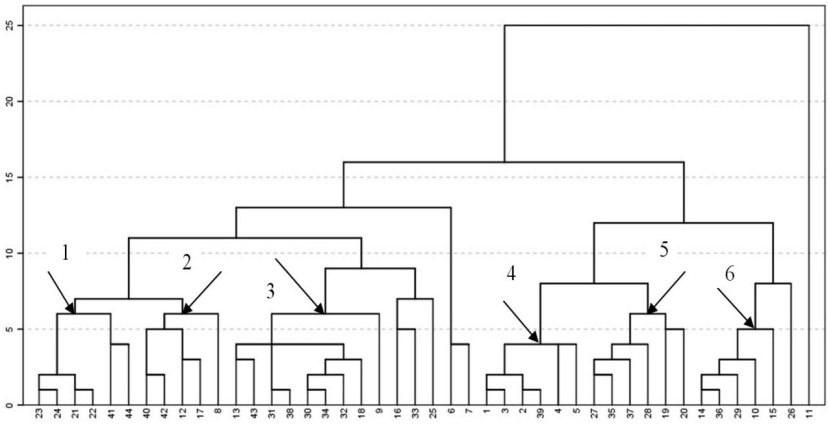


Рис. 13.2. Дендрограмма дискурсивных маркеров и выбранных кластеров

Рис. 13.3. Компоненты жизнеспособности сетевых сообществ

Предложенные составляющие жизнеспособности в определенной мере соотносятся с характеристиками жизнеспособности реальных социальных групп и команд (Нестик, Багратиони, 2018), но в каких-то чертах – отличаются от них. Такая компонента жизнеспособности сетевого сообщества, как «Обнаружение и компенсация нежелательных тенденций», вполне корреспондируется с представлениями Т. Вогу-

са и К. Сатклифф о жизнеспособности команд, включающих меры борьбы с возможными рисками еще до их фактического наступления (Vogus, Sutcliffe, 2007). Однако в сетевом сообществе эта компонента связана в основном с характером общения между его членами. Другая составляющая жизнеспособности – «Мониторинг изменений», касается обсуждения в сообществе негативных событий и их влияния на «жизнь» сообщества. Она также представлена как конструкт жизнеспособности оффлайн-организаций, и обе эти компоненты образуют такую важную характеристику коллективной жизнеспособности, как групповая рефлексивность. Если в реальных командах групповая рефлексивность предполагает готовность участвовать в регулярном анализе совместного опыта (Нестик, 2016), то в сетевых сообществах фокус рефлексии сосредоточен на характере и правилах общения, реже на обсуждении правил модерации и следования им.

Большинство исследователей групповой жизнеспособности подчеркивают важность инновационного потенциала членов команд и их умения создавать и использовать возможности для развития (Hamel, Välikangas, 2003). Жизнеспособности однозначно способствует креативность участников проекта (Blatt, 2009), обсуждение альтернативных точек зрения, постоянное обучение и развитие (Soon, Prabhakaran, 2016). В сетевом сообществе креативный потенциал участников проявляется во множестве дискурсивных признаков, отражающих основную идею: кризис – это повод для улучшения. Затруднения и проблемы предоставляют возможность для самосовершенствования и совершенствования сообщества в целом, странность и необычность – это достоинство и потенциал для развития. По сути, эта компонента отражает такую характеристику, как «Антихрупкость», введенную Н. Талебом и обозначающую способность к извлечению выгоды из неудач, потерь, ошибок, а также умение закаляться, развиваться и становиться сильнее при столкновении с хаосом (Талеб, 2014). Гиперболизированное значение «инаковости», вероятно, связано с пониженной ответственностью участников сетевого сообщества и иллюзией «защищенности», возникающей у пользователей социальных сетей.

Такая составляющая жизнеспособности, как «Позитивный настрой и удовлетворенность участием в сообществе», является, пожалуй, самой очевидной характеристикой жизнеспособности. Этот фактор, называемый «позитивное организационное поведение» (Youssef, Luthans, 2007), или «позитивные взаимоотношения: доверие и пси-

хологическая безопасность» (Soon, Prabhakaran, 2016), или «позитивное взаимодействие» (Xiao, Cao, 2017), наиболее широко представлен при описании феномена жизнеспособности группы. В сетевом сообществе он естественным образом связан с особенностями общения и предполагает создание доброжелательной атмосферы, поддержку и одобрение «своих», солидарность и согласованность в оценке разнообразных событий.

Две последние составляющие – «Активность как способ преодоления трудностей» и «Преодоление через саморазвитие», по сути, представляют собой видоизмененную в условиях социальных медиа такую характеристику, как жизнестойкость. Благодаря жизнестойкости сетевое сообщество стремится не изменяться под внешними ударами, все «терпят до конца»; происходит игнорирование значимости «внешних ударов». Жизнестойкость препятствует возникновению внутреннего напряжения в сообществе, способствует восприятию стресса как незначимого. Наиболее типичным способом «жизнестойкого» реагирования является проявление активности в надежде преодолеть возникающие затруднения. Такие проявления жизнеспособности вполне адекватны и для реальных оффлайн-групп. Так, С. Сун и С. Прабхакаран указывают на «упорство, несмотря на трудности» как на маркер жизнеспособности. У Р. Бхамры жизнеспособность группы связана с готовностью отвечать на вызовы внешней и внутренней среды (Bhamra et al., 2011). С групповой жизнестойкостью вполне корреспондируются представления Б. Голдштайна, рассматривающего способность организации восстанавливаться после неожиданных и неблагоприятных внешних воздействий как проявление жизнеспособности организации в целом (Goldstein, 2011).

Сопоставление жизнеспособности сетевых сообществ по дискурсивным маркерам

Для сопоставления жизнеспособности сетевых сообществ эмпирическая база исследования была расширена включением контента еще нескольких сообществ. Часть сообществ была определена как более жизнеспособные, часть – как менее. Композитная оценка жизнеспособности осуществлялась по объективным и субъективным показателям группой психологов, участвовавших в исследовании на предыдущем этапе. К объективным показателям относилась ин-

формация о продолжительности существования сообщества и динамике его численности. Прекратившие функционирование сообщества и сократившие свой численный состав получали минимальные оценки, а существующие долгое время и увеличивающие численность – высокие. Повышению экспертной оценки способствовали постоянство тем, обсуждаемых в сообществе, и нарастающая частота реплик в обсуждениях. Дополнительно было выбрано семь сообществ, жизнеспособность четырех из которых оценивалась высоко, а трех – низко. Среди сообществ с низкооцененной по внешним критериям жизнеспособностью два прекратили свое существование. Был проанализирован контент следующих сообществ: тред форума на rutracker.org, посвященный комиксам издательства Bubble Comics[1]; чат в телеграм-мессенджере тех, кто интересуется Антарктикой[2]; чат сообщества ALES в VK, посвященный поп-культуре[3]; форум, посвященный нарушению авторских прав, сообщества Лига Юристов на «Пикабу»[4]; новостная стена IT-ресурса – обсуждение технических проблем последней версии Detroit Become Human[5]; форум по тактике поиска пропавших людей нейросетевой программой «Лакмус»[6]; форум «Аутоимунная версия палеодиеты» на сайте Paleo Planet[7].

Тексты сетевых сообществ размечались четырьмя экспертами-психолингвистами путем выделения дискурсивных маркеров. Жизнеспособность рассчитывалась как относительная частота дискурсивных маркеров, обнаруженных в текстах сетевых сообществ. В качестве единицы анализа использовались либо реплики, либо отдельные предложения. Показатели жизнеспособности рассчитывались в соответствии с кумулятивно-аддитивной моделью с винзорированным усреднением, предполагающей усечение 5% наибольших и наименьших значений с последующей конволюцией среднего арифметического. Именно эта модель проявления психологических

1 URL: https://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=4238138&start=1980.

2 URL: https://t.me/AntarcticaOnLineqwest.

3 URL: https://vk.com/alesworld.

4 URL: https://pikabu.ru/community/justice.

5 URL: https://overclockers.ru/softnews/show/101719/pc-versiya-detroit-become-human-stala-znachitelno-menee-trebovatelnoj-k-processoru.

6 URL: https://lizaalert.org.

7 URL: https://paleoplanet.ru/help.

конструктов в дискурсивных маркерах была признана наиболее адекватной (Воронин и др., 2019). В соответствии со структурой жизнеспособности сетевого сообщества использовалось семь показателей: обнаружение и компенсация нежелательных тенденций, мониторинг изменений, антихрупкость, позитивный настрой и удовлетворенность, преодоление через саморазвитие, активность как способ преодоления трудностей и общая жизнеспособность.

Значения различных показателей жизнеспособности сетевых сообществ, а также уровень их жизнеспособности, оцененной по внешним критериям (3 – высокий, 2 – средний, 1 – низкий) представлены в таблице 13.1.

Таблица 13.1

Относительная частота дискурсивных маркеров различных компонентов жизнеспособности, выявленная в сетевых сообществах (сетевые сообщества в таблице упорядочены по уровню жизнеспособности по внешним критериям)

Название сетевого сообщества	Обнаружение и компенсация нежелательных тенденций	Мониторинг изменений	Антихрупкость	Позитивный настрой и удовлетворенность	Преодоление через саморазвитие	Активность как способ преодоления трудностей	Общая жизнеспособность	Жизнеспособность по внешним критериям
Битца	0,33	0,37	0,28	0,35	0,28	0,48	0,35	1
Ales	0,41	0,23	0,45	0,42	0,28	0,2	0,33	1
Тугеза	0,1	0,55	0,15	0,31	0,2	0,2	0,25	1
Paleo Planet	0,13	0,21	0,28	0,45	0,08	0,48	0,27	1
Бабл	0,23	0,29	0,93	0,63	0,38	0,36	0,47	2
Антарктика	0,34	0,47	0,29	0,39	0,12	0,53	0,36	2
Пес и Кот	0,4	0,2	0,3	0,84	0,55	0,46	0,46	2
BJDClub	0,34	0,35	0,4	0,45	0,04	0,21	0,3	2
Варламов	0,45	0,72	0,58	0,43	0,35	0,4	0,49	3
Лига Юристов	0,53	1,13	0,84	0,73	0,84	0,31	0,73	3
Detroit	0,4	0,64	0,62	0,82	0,14	0,55	0,53	3
LizaAlert	0,71	0,71	1,12	0,81	0,85	0,22	0,74	3

Анализ графического представления данных таблицы на рисунке 13.4 позволяет предположить упорядоченность уровня показателей жизнеспособности в зависимости от уровня жизнеспособности, оцененной по внешним критериям.

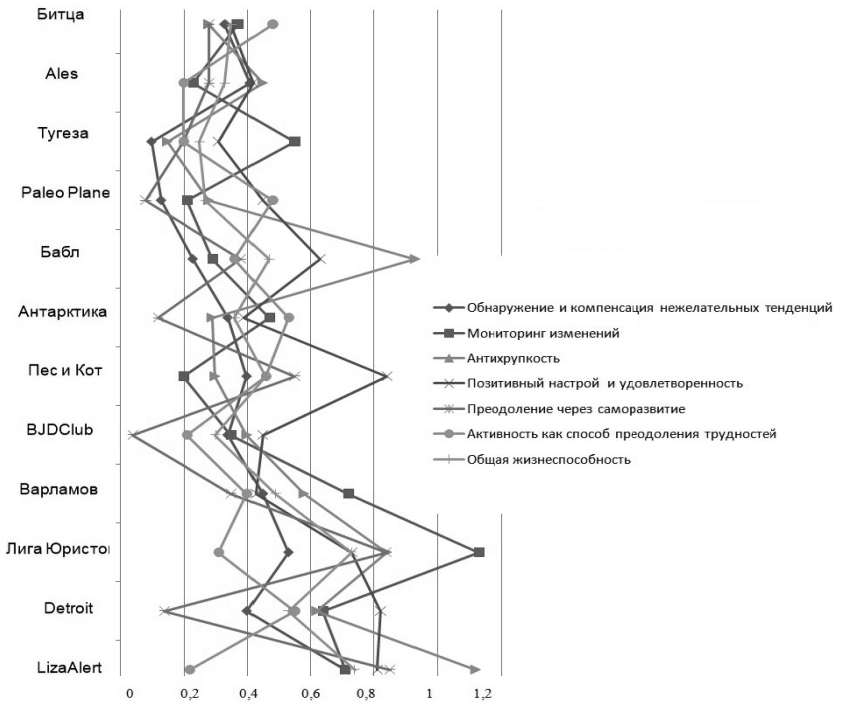


Рис. 13.4. Уровень различных компонентов жизнеспособности

Для проверки гипотезы об упорядоченности сдвига в количестве обнаруженных дискурсивных маркеров жизнеспособности сетевых сообществ в зависимости от внешних проявлений жизнеспособности был использован критерий Джонкхиера–Терпстра. Результаты сопоставлений сдвигов представлены в таблице 13.2. Сравнение по критериям «наблюденной статистики» и «среднего статистики» показывает, что направление сдвига для всех показателей жизнеспособности одинаковое и прямое.

Все показатели жизнеспособности увеличиваются с повышением жизнеспособности, оцененной по внешним критериям. Однако

Таблица 13.2
Оценка направленности и значимости сдвигов показателей жизнеспособности

Критерий Джонкхиера-Терпстра	Компоненты жизнеспособности						
	Обнаружение и компенсация нежелательных тенденций	Мониторинг изменений	Антихрупкость	Позитивный настрой и удовлетворенность	Преодоление через саморазвитие	Активность как способ преодоления трудностей	Общая жизнеспособность
Наблюденная статистика	41,5	39	42	38,5	34	28	46
Среднее статистики	24	24	24	24	24	24	24
Нормированная статистика	2,572	2,196	2,64	2,127	1,467	0,588	3,22
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	0,01	0,028	0,008	0,033	0,142	0,557	0,001

сдвиги по показателям «Преодоление через саморазвитие» и «Активность как способ преодоления трудностей» не являются значимыми, т.е. предположение об упорядоченности в отношении этих показателей не подтверждается. Скорее всего, проявление активности для преодоления возникающих трудностей не значимо для продолжительности существования сообществ.

Показатель общей жизнеспособности как интегральный показатель однозначно определяет жизнеспособность сетевого сообщества: чем больше в контенте сообщества встречается разнообразных дискурсивных маркеров жизнспособности, тем выше вероятность его существования и выше вероятность расширения аудитории. Собственно, аналогичный результат был получен и при исследовании субъектности сетевых сообществ по дискурсивным маркерам: разнообразие и частота маркеров – явный признак искомой психологической характеристики (Воронин, 2019; Воронин, Ковалева, 2109). Среди других показателей жизнеспособности наиболее значимым представляется антихрупкость. Идея, что любой кризис – это

повод для совершенствования, является приоритетной и обеспечивает продолжительность существования сообщества. «Новое», инновации, альтернативы, все необычное активно обсуждается в сообществах – для этого люди в них вступают и в них «живут». Не менее значимыми факторами являются «Обнаружение и компенсация нежелательных тенденций» и «Мониторинг изменений». Эти показатели раскрывают еще один мотив постоянного присутствия в сетевых сообществах и, соответственно, повышения его жизнеспособности – снижение неопределенности и тревоги, являющихся неотъемлемыми атрибутами нашего непрерывно меняющегося мира. Показатель жизнеспособности «Позитивный настрой и удовлетворенность участием в жизни сообщества» характерен как для онлайн-сообществ, так и для реальных социальных групп и команд. Доброжелательное общение в «кругу своих», возможность разнообразной критики «чужих», включая злословие, – все это дает возможность компенсировать отсутствие реального общения и зачастую служит весьма надежным основанием участия в жизни сетевых сообществ. Мало к чему обязывающее виртуальное общение гарантирует либо комфортное времяпрепровождение, либо создает иллюзию вовлеченности в совместную деятельность. И то и другое позитивно сказывается на продолжительности существования сетевых сообществ и расширении их численности.

Наличие в дискурсе сетевых сообществ маркеров, определяющих показатели «Преодоление через саморазвитие» и «Активность как способ преодоления трудностей», однозначно не связанных с повышением жизнеспособности, скорее всего, объясняется тематической направленностью контента некоторых сообществ. Это косвенно подтверждается тематикой преодоления в сообществах «Антарктика» и «Paleo Planet». В сообществе «Антарктика» обсуждаются трудности суровой жизни людей в Антарктике, а в сообществе «Paleo Planet» – проблемы соблюдения диеты. В сообществе Detroit крайне критический и агрессивный дискурс строится вокруг технических проблем последней версии «Detroit Become Human», преодоление которых практически невозможно. Показатель «Преодоление через саморазвитие», скорее всего, дополняет «Активность как способ преодоления трудностей», что особенно ярко видно для сообществ из группы с высокой жизнеспособностью по внешним критериям. Вероятно, это некий общий фактор, предполагающий активность в ответ на затруднение и проявляющийся в жизнеспособности ре-

альных команд как «упорство, несмотря на трудности» в терминологии С. Суна и С. Прабхакарана (Soon, Prabhakaran, 2016).

Заключение

Исследование психологических характеристик сетевых сообществ, включая и их жизнеспособность, зависит от специфических особенностей эмпирического материала, презентирующего сетевое сообществ. По сути, сетевое сообщество представлено исключительно своим контентом и совокупностью сетевых характеристик аккаунтов, входящих в сообщество. Анализ контента сетевого сообщества в ограниченный период времени без конкретизации отдельных участников позволяет частично снять методологические проблемы и связать психологические и социально-психологические конструкты с особенностями дискурса. Дискурсивная парадигма исследования предполагает выделение дискурсивных маркеров жизнеспособности различного уровня (лексических, семантических, контент-аналитических шкал) и последующую реконструкцию структуры жизнеспособности на основе имплицитных представлений экспертов о жизнеспособности путем многомерного шкалирования дискурсивных признаков. Определение дискурсивных признаков и реконструкция структуры жизнеспособности осуществляется в рамках обоснованной теории. По результатам исследования выявлено шесть компонентов жизнеспособности сетевого сообщества: «Обнаружение и компенсация нежелательных тенденций», «Мониторинг изменений», «Антихрупкость», «Позитивный настрой и удовлетворенность участием в сообществе», «Преодоление через саморазвитие» и «Активность как способ преодоления трудностей». Обнаруженные при анализе дискурса компоненты жизнеспособности сетевых сообществ так или иначе представлены и в жизнедеятельности реальных социальных групп.

Сопоставление частоты вывленных дискурсивных маркеров различных компонентов жизнеспособности в различных сетевых сообществах с экспертной оценкой жизнеспособности по внешним критериям показало упорядоченность сдвига: чем больше обнаружено в контенте сообществ дискурсивных маркеров, тем выше жизнеспособность. При этом наиболее значимыми для жизнеспособности являются такие ее компоненты, как «Антихрупкость», «Мониторинг изменений» и «Обнаружение и компенсация нежелательных тенденций».

Раздел IV

ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСИВНЫХ ПРОЦЕССОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

ГЛАВА 14

Сетевые характеристики и субъектность сообществ социальной сети «Твиттер»

Значимость социальных сетей в современном мире сложно переоценить. Становление, самоорганизация и трансформация сетевых сообществ происходит необычайно динамично, опосредствуя большинство социальных отношений в реальной жизни. Социальные сети не только поддерживают социальные связи, но и служат средством распространения актуальной информации и новостей. В политической жизни страны социальные сети становятся инструментом консолидации оппозиции, в научной – способом организации научных мероприятий, для бизнес-сообщества платформы социальных сетей представляют собой уникальный канал маркетинговых коммуникаций. При этом характер общения и взаимодействия в социальных сетях существенно меняется. Социальные и психологические проблемы в сетевой интернет-среде являются сегодня предметом анализа для множества научных дисциплин, связанных с изучением homo informaticus – человека информационной эпохи. Изучение больших данных позволяет обнаруживать закономерности, ранее невидимые глазу исследователя (Погорский, 2014; Manovich, 2017). В связи с этим междисциплинарное и комплексное исследование сетевых сообществ связано с интеграцией нескольких научных подходов: социально-психологического, дискурсивного и математического. В настоящий момент при изучении групповых процессов исследователи сосредоточены в основном на динамике относительно простых феноменов в социальных сетях: эмоциональном заражении и распространении мемов (Thelwall, 2014), информационных каскадах в связи с теми или иными обсуждаемыми событиями (Burnap et al., 2014; Procter et al., 2013), групповой поляризации и возникновении «эхо-

камер» (Vicario et al., 2015), распространении слухов и ложной информации (Cheung, Thadani, 2012). Напротив, исследования более сложных явлений, таких как коллективная память и социальные представления, относительно редки (Dwyer, Marsh, 2014). Создаются математические модели социальной динамики, на основе которых предсказываются распространение информации, социальные связи и групповое внимание (Galuba et al., 2010).

В любом случае выделение сетевого сообщества в социальной сети и описание его характеристик является центральной задачей. Ключевой психологической характеристикой сообщества как социальной группы являются субъектность. Субъектность как самодетерминированная и самопроизвольная активность на уровне социальной группы проявляется в различных формах совместной активности: совместная деятельность, внутригрупповое взаимодействие, групповое поведение и групповое самопознание. Наиболее полно феномен субъектности на уровне групп раскрывается через анализ коллективного субъекта и такие его атрибуты, как взаимосвязанность и взаимозависимость, совместная активность, рефлексия (Журавлев, 2002). Одним из подходов к исследованию субъектности сетевых сообществ является дискурсивная парадигма (Павлова, 2005; Potter, 2011), опирающаяся на выделение дискурсивных маркеров в контенте сетевых сообществ (Воронин и др., 2019; Voronin et al., 2019) и оценку относительной частоты их встречаемости в соответствии с моделями их проявления в контенте (Павлова и др., 2019). При решении задачи выделения сетевого сообщества основополагающими являются методы анализа свойств графа и атрибутов вершин и ребер. Так, широко известна задача выявления неявных сообществ в сетях взаимодействующих объектов (Ahuja et al., 2016; Girvan, 2002; Newman, Girvan, 2004; Roth et al., 2010; Wu et al., 2014). Одними из часто используемых являются аналоги и модификации известных алгоритмов Infomap (Коломейченко и др., 2016; Rosvall, Bergstrom, 2008; Rosvall et al., 2009) и Louvain (Лещев и др., 2019; Blondel et al., 2008).

В ряде работ на основе анализа дружеских связей и значения одной из характеристик профиля в социальной сети восстанавливались различные характеристики: колледж, специализация, год, факультет, пол, место жительства, студенческий статус, специализация, школа, хобби, университет (Соколова, Чеповский, 2018, 2019; Korula, Lattanzi, 2014; Mislove et al., 2010).

В работе Мислава и соавт. выдвигается более сильное предположение, утверждающее, что пользователи, имеющие одинаковые характеристики, более склонны не только становиться друзьями, но и образовывать плотные группы – сообщества (Mislove et al., 2010). Пользователей с известными значениями характеристик разбивают на сообщества на этом основании. Для предсказания атрибутов у остальных пользователей их распределяют по сообществам по близости к членам сформированных сообществ. В работе Корулы и Латтанци предлагается анализировать структуру социальных связей пользователей (Korula, Lattanzi, 2014). В ходе работы алгоритма используются уже известные связи между пользователями двух социальных сетей, с помощью которых вычисляется близость между оставшимися пользователями и выбираются наиболее близкие. Подтверждение работоспособности алгоритма проводится как на реальных данных из социальных сетей, так и на синтетических данных.

В нашей работе предложен метод построения и анализа взвешенных графов для выявления неявных сообществ в социальных сетях с целью сбора соответствующих данных по сообщениям заданной психологической направленности, что максимально соответствует структуре взаимодействия пользователей социальных сетей. В такой постановке задача решается впервые в отечественной науке и не имеет прямых аналогов по методам исследований с зарубежными публикациями.

Построение социальных графов на примере сети «Твиттер»

Социальные сети содержат в себе большое количество информации и служат важным инструментом для взаимодействия людей. Для структурированного описания социальных сетей удобно использовать социальный граф – граф, вершины которого представляют собой социальные объекты (аккаунты пользователей, сообщества), а ребра описывают отношения между ними.

В социальной сети «Твиттер» каждый пользователь имеет свой профиль с уникальным текстовым идентификатором. У каждого пользователя есть возможность подписаться на обновления других. Если один пользователь подписан на второго пользователя, то второй для первого называется «читаемым» (following), а первый для второго – «читателем» (follower). Также пользователи могут публиковать посты, которые остальные оценивают (ставят лайки), комментиру-

ют и публикуют у себя на страницах (ретвитят). Таким образом, в сети «Твиттер» можно выделять различные взаимодействия и социальные связи между пользователями. Поэтому данная социальная сеть может быть по-разному представлена в виде социального графа.

Можно выделить следующие различные типы графов: граф подписок (ориентированный граф, в котором вершины – пользователи, а ребра отображают наличие направленных связей между ними), лайк-граф (ориентированный граф, в котором вершины – пользователи, а рёбра отображают направленные связи, указывающие наличие отметок одного пользователя под твитами у другого).

В данной работе производится построение и анализ смешанного взвешенного графа – неориентированного графа, в котором вершины – пользователи, а ребра отображают наличие и подписок, и недавних лайков между пользователями, инцидентными соответствующему ребру. Вес каждого ребра задается определенной формулой, зависящей от наличия подписок и лайков.

Импорт данных из Твиттера был основан на парсинге html-кода нужных страниц профилей пользователей и их твитов. При парсинге разметка страницы преобразуется в дерево синтаксического разбора, в котором ищутся необходимые для анализа элементы. По изначально заданному множеству постов-твитов получены следующие списки: список пользователей, лайкнувших этот пост, список пользователей, ретвитнувших данный пост, и список пользователей, прокомментировавших пост. Причем список комментаторов можно составлять с учетом заданного временного периода. Например, можно получить список людей, прокомментировавших пост в первый час, в течение первых 12 часов или за первые сутки. Список пользователей формируется на основе объединения всех этих списков.

Назовем Моделью социальный граф, построенный таким образом, что расчет веса ребра осуществляется по следующей формуле:

$$e_{ij} = 1 \cdot following_i + 1 \cdot follower_j + 2 \cdot likes_{ij} + 2 \cdot likes_{ji}$$

Переменная равна 1, если на последних 10 постах пользователя i есть хотя бы один лайк пользователя j, иначе – 0. При взаимном фолловерстве и взаимных лайках вес ребра равен 6, это – максимальное значение веса в данной Модели. При взаимном фолловерстве и односторонних лайках вес ребра будет равен 4. Ребра с весом, равным 0, считаются отсутствующими, что может приводить к наличию изолированных вершин.

Необходимо отметить, что такая Модель учитывает лишь наличие взаимодействия и в меньшей степени интенсивность этого взаимодействия между парами пользователей. Действительно, максимальный вес ребер достигается как для пользователей с большим числом взаимных лайков, так и просто для взаимных фолловеров при наличии хотя бы одной пары двусторонних лайков на последних 10 постах.

Выделение сообществ

Методы выделения неявных сообществ на графах часто сводятся к нахождению такого разбиения множества его вершин на подмножества, при котором достигается оптимальное значение некоторого показателя.

Например, алгоритм Infomap, одна из модификаций которого использовалась в данной работе, основан на принципах оптимального сжатия информации о случайном блуждании в графе. Сжатие информации осуществляется за счет использования кода Хаффмана, в котором самые короткие кодовые слова присваиваются самым частым событиям или объектам (в нашем случае – вершинам), а самые длинные кодовые слова – наименее частым. Алгоритм минимизирует ожидаемую при текущем разбиении длину описания случайного блуждания.

Другой широко известный алгоритм выделения неявных сообществ, алгоритм Louvain, заключается в оптимизации показателя – модулярности Ньюмана–Гирвана (Girvan, Newman, 2002; Newman, Girvan, 2004), характеризующей разницу в плотности полученных сообществ при сравнении с условно ожидаемой. Для подсчета используется следующая формула:

$$\boldsymbol{Q = \frac{1}{2m}\sum_{ij}\left(A_{ij} - \frac{d_i \cdot d_j}{2m}\right) \cdot \delta\left(c_i, c_j\right),}$$

где m – количество ребер графа, A_{ij} – элемент матрицы смежности графа, d_i – степень вершины i, c_i – сообщество, к которому принадлежит вершина,

$$\boldsymbol{\delta\left(c_i, c_j\right) = \begin{cases} 0, c_i = c_j; \\ 1, c_i \neq c_j. \end{cases}}$$

Данный алгоритм является агломеративным и заключается в том, что изначально каждой вершине присваивается ее собственное сообщество, а затем основной шаг алгоритма состоит в том, что необходимо подсчитать возможное изменение Q при переносе каждой из вершин из их текущих сообществ в сообщество каждой из соседних вершин (Galuba et al., 2010). Данный шаг продолжается до тех пор, пока возможно существенно увеличить Q. При этом алгоритм иерархический, и после завершения основного шага продолжается аналогично уже для метаграфа, составленного из метавершин – текущих сообществ.

Возникновение групп общения в процессе обсуждения постов в Твиттере

Для социальной сети «Твиттер» были исследованы примеры развития по времени групп общения, возникающих вокруг опубликованных постов по трем временным отсечкам: через 1 час, через 12 часов и через 24 часа после публикации поста. В качестве контрольных примеров исследовалось возникновение сообществ вокруг трех различных постов, каждый из которых за сутки концентрировал вокруг себя несколько десятков акторов. Обозначим рассматриваемые далее посты из социальной сети «Твиттер» как *A, B* и *C*.

Для каждого поста по трем временным отсечкам были скачаны графы, вершины которых формировались как объединение множества пользователей, осуществлявших с исходным постом взаимодействие одного из следующих двух типов:

- пользователи из числа комментаторов исходного поста;
- пользователи из числа лайкнувших исходный пост.

Ребра с весами при этом строились в соответствии с указанной выше Моделью, нулевой вес означает отсутствие ребра. Так, для каждого из постов *A, B* и *C* была построена своя тройка взвешенных графов, соответствующих своим временным отсечкам. Будем обозначать их далее как G_t^p, где p обозначает пост, а t – временной промежуток скачивания графа для этого поста. Например, для поста получается следующая тройка графов:

- G_1^A – граф для поста через 1 час после поста;
- G_{12}^A – граф для поста через 12 час после поста;
- G_{24}^A – граф для поста через 24 час после поста.

В этом разделе мы изучим выделение сообществ в графах без учета веса на их ребрах. Это даст возможность посмотреть на топологические свойства и общий ход развития графа по мере прохождения времени.

Ниже показан пример разбиения на сообщества для графа G_1^A. Как видно из рисунка 14.1, значительное число вершин являются изолированными, т. е. эти пользователи взаимодействовали с исходным постом, но не связаны фолловерством с другими вершинами графа, не ставили лайки сами и не получали лайки от других вершин графа.

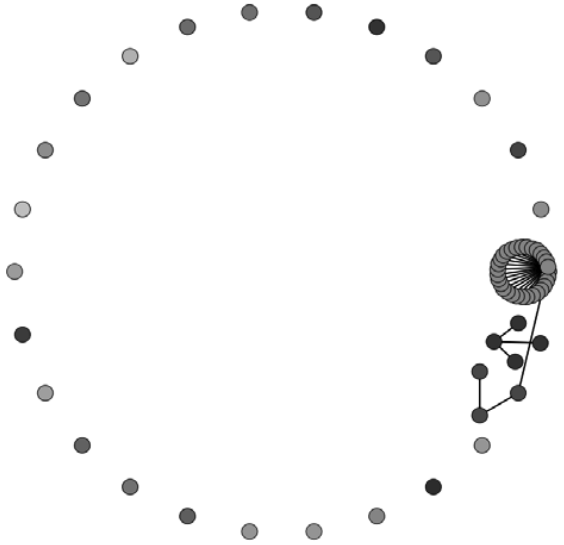


Рис. 14.1. Граф G_1^A с изолированными вершинами и разбиением на сообщества

Далее в работе изолированные вершины убраны из графов как не несущие информации для предмета текущего исследования. Теперь графу G_1^A будет соответствовать следующая визуализация (рисунок 14.2).

Как легко видеть, для данного поста на первом временном отрезке можно ожидаемо выделить большую группу пользователей, связанных с автором поста, – это большое сообщество с вершинами синего цвета. Данное сообщество состоит из 31 вершины, включая самого автора исходного поста. Другие два выделенных сообщества имеют размеры 3 и 4, соответственно. На следующем временном отрезке происходит существенный рост числа вершин и ребер гра-

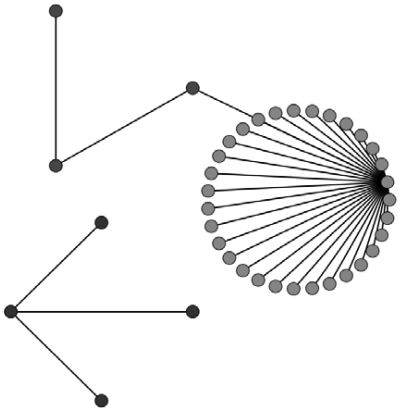


Рис. 14.2. Граф G_1^A без изолированных вершин, разбитый на сообщества

фа, что приводит к формированию новых крупных сообществ. Граф G_{12}^A представлен на рисунке 14.3.

Сообщества графа G_{12}^A устроены более сложным образом, взаимодействие с постом ведется уже преимущественно не только фолловерами автора, но и более широким кругом пользователей. Самое большое такое сообщество (обозначено синим цветом) состоит из 20

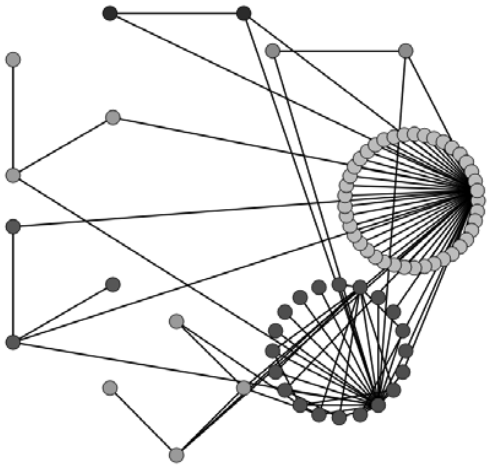


Рис. 14.3. Граф G_{12}^A без изолированных вершин, разбитый на сообщества

вершин. Тут имеется выделяющаяся даже визуально вершина – лидер мнений. Пользователи, соответствующие большинству вершин сообщества, не имеют дополнительных недавних взаимодействий, помимо комментариев исходного поста, так как при наличии лайков поста, они имели бы ребра, инцидентные его автору. Покажем это явно, выделим вершину, соответствующую автору поста, и подсветим смежные с ней вершины (рисунок 14.4).

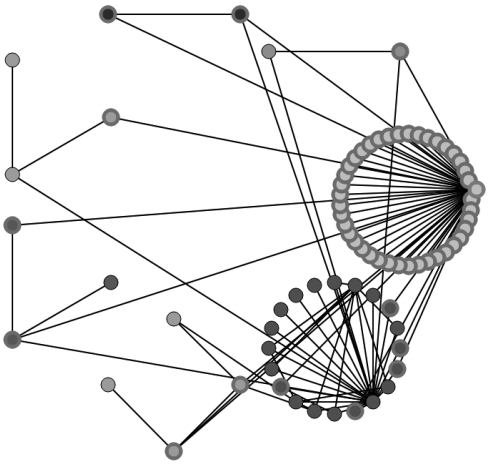


Рис. 14.4. Выделение вершин, смежных с автором поста на графе G^A_{12}

Из рисунка видно, что лайкали пост только 5 из 20 пользователей данного сообщества, причем условный лидер мнений в число этих 5 не входит. Кроме этого, сразу видно, что у большинства других маленьких сообществ ситуация прямо противоположная.

Далее рассмотрим граф G^A_{24}, в котором присутствуют: уже выявленные ранее сообщества подписчиков исходного пользователя, относительно большое сообщество, по-прежнему окрашенное синим цветом, но содержащее теперь уже 17 вершин вместо 20, а также новое относительно большое сообщество из 12 вершин. В графе присутствуют и совсем небольшие остальные сообщества (рисунок 14.5).

Необходимо отметить также и уменьшение общего числа сообществ при росте числа вершин. Это связано с тем, что по мере добавления вершин и ребер система сообществ графа входит в равновесие, сообщества стабилизируются: при добавлении новых вершин, неко-

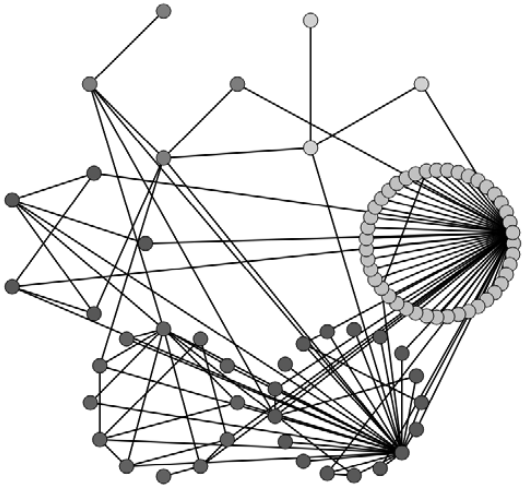


Рис. 14.5. Граф G^A_{24} без изолированных вершин, разбитый на сообщества

торые старые «притягиваются» из своих сообществ в другие из-за увеличения общего веса этих сообществ. Также видно, что за эти 12 часов при переходе от G^A_{12} к G^A_{24} число вершин и ребер выросло не так сильно, как при первом переходе от G^A_1 к G^A_{12}, когда число вершин выросло примерно в два раза.

Для графов поста *B* можно заметить ту же тенденцию, но вырожденную тем, что основное сообщество за 24 часа «притянуло» к себе и «поглотило» другое крупное, второе по величине в этом графе. Можно сказать, что в данном случае произошло «схлопывание» сообществ (см. рисунок 14.6).

Рассмотрим преобразования графа для третьего поста, он вызвал большую реакцию пользователей Твиттера в силу относительной известности автора. Необходимо отметить, что с точки зрения основных показателей – числа вершин и ребер, говорить в данном случае о полной стабилизации системы сообществ за 24 часа рано. При этом все же переход от G^C_{12} к G^C_{24} идет уже с серьезным снижением темпа роста по сравнению с переходом от G^C_1 к G^C_{12} (см. таблицу 14.1).

Действительно, если посмотреть на визуализацию разбиения трех графов для этого поста по времени (рисунок 14.7), то можно отметить, что сообщества планомерно растут, практически без «поглощения» больших групп вершин, только с редкими включениями отдельных вершин в другие сообщества.

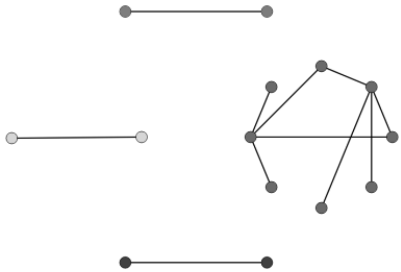


Рис. 14.6а. Граф G_1^B – формирование первичных сообществ

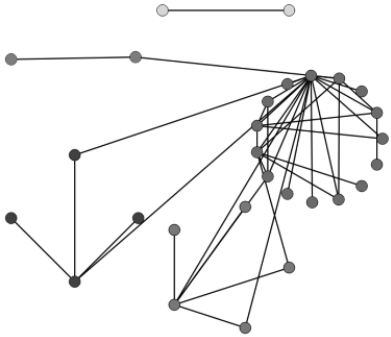


Рис. 14.6б. Граф G_{12}^B – расширение графа, рост числа и размеров сообществ

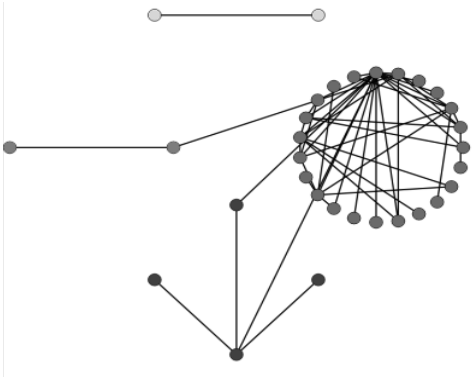


Рис. 14.6в. Граф G_{24}^B – этап «схлопывания» сообществ

Таблица 14.1

Изменение со временем графов для поста *C*

Граф	**Кол-во вершин *n***	**Кол-во ребер *m***	**Кол-во выделенных сообществ *S***
G_1^C	20	33	3
G_{12}^C	129	414	6
G_{24}^C	199	890	8

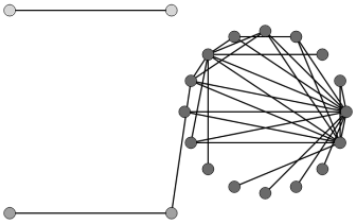


Рис. 14.7а. Граф G_1^C – формирование первичных сообществ

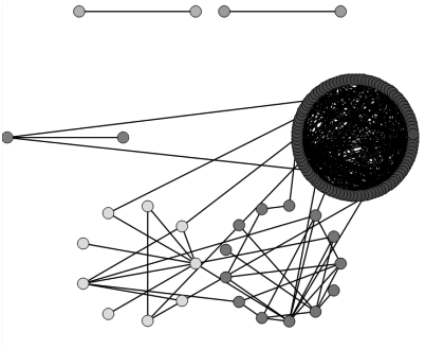


Рис. 14.7б. Граф G_{12}^C – расширение графа, рост сообществ

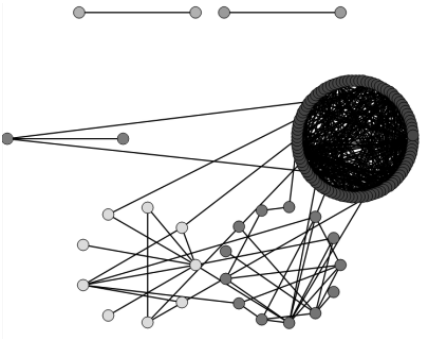


Рис. 14.7в. Граф G_{24}^C – продолжение роста сообществ

Учет веса ребер при выделении сообществ

В данном разделе посмотрим на то, как меняется выделяемая структура сообществ на девяти рассмотренных ранее графах G_t^p в случае учета веса на ребрах. Для графа G_1^A при учете веса ребер структура сообществ не меняется. Этот результат логичен в силу разделения графа на компоненты связности и недостаточно большого веса ребра, между двумя сообществами. Вес на этом ребре равен 3, меньшее сообщество имеет общий вес, равный 4, а большее сообщество имеет общий вес 38 и не может«притянуть» из меньшего сообщества вершину пользователя **@XXX**, смежную с одной из своих вершин (рисунок 14.8).

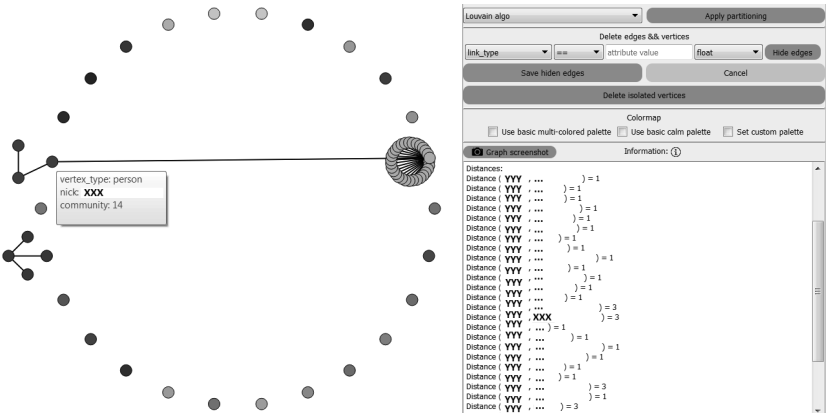


Рис. 14.8. Граф G_1^A со всеми вершинами и с учетом веса ребер (аккаунты пользователей зашифрованы)

Покажем в качестве примера, что если отредактировать граф и увеличить, например, до 115 вес ребра между пользователями @**XXX** и @**YYY**, то такое «притяжение» произойдет (рисунок 14.9). Но согласно описанной выше Модели при формировании графов вес на ребре не может превышать значения, равного 6. Поэтому хоть используемый для взвешенных графов алгоритм и мог бы выделять сообщества иначе, для этого иногда требуется наличие запредельно высокой связи между вершинами разных сообществ, что невозможно в рамках рассматриваемой Модели.

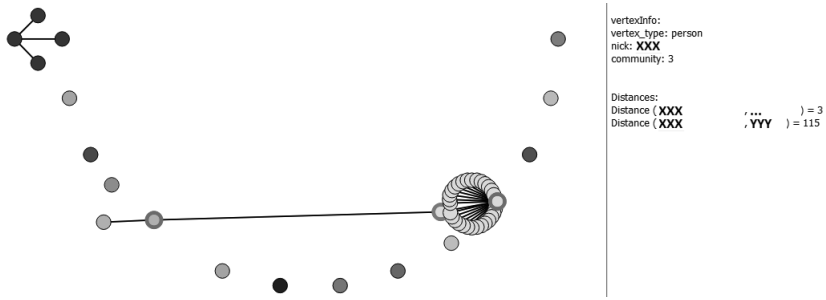


Рис. 14.9. Разбиение графа G_1^A с измененным весом одного из ребер (аккаунты пользователей зашифрованы)

Рассмотрим далее более подробно, как меняются разбиения графов при учете веса ребер в рамках Модели. Взвешенный граф G^A_{12} разбивается алгоритмом Infomap на 6 сообществ, имеющих следующие размеры: 43-20-4-3-3-2. Напомним, что, как показано на рисунке 14.3, в случае если на ребрах графа не заданы веса, то разбиение давало 7 сообществ размеров 41-20-4-3-3-2-2. Легко видно, что одно сообщество из двух вершин для взвешенного случая становится частью самого большого сообщества графа, увеличивая его размер с 41 до 43 вершин.

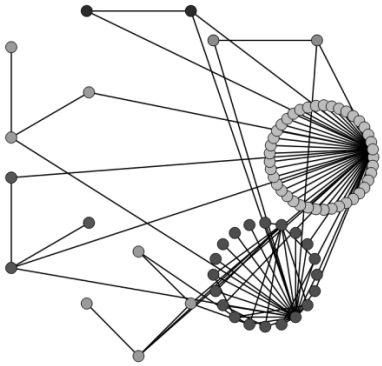


Рис. 14.10а. Разбиение невзвешенного графа G^A_{12}

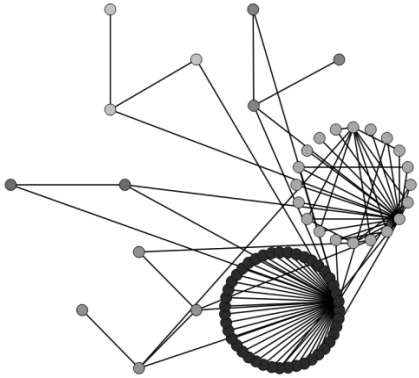


Рис. 14.10б. Разбиение взвешенного графа G^A_{12}

Применение алгоритма Infomap к графу G^A_{24} дает разбиение на 9 сообществ с размерами 41-15-8-5-4-4-3-2-2 (рисунок 14.11а), что в целом близко к разбиению, полученному до учета весов, при котором выделялись 6 сообществ с размерами 43-17-12-5-4-3. Если применить алгоритм Louvain к графу G^A_{24}, то будет выделено 13 сообществ: 41-11-4-4-4-4-4-3-2-2-2-2-1 (рисунок 14.11б).

Таким образом, разбиение графа G^A_{24}, учитывающее вес ребер, получается для обоих алгоритмов более детализированным, чем без учета весов. На взвешенном графе удается выделить более плотные маленькие сообщества из нескольких вершин.

Если перейти к графам поста *B*, то для G^B_1, состоящего из 14 вершин и 11 ребер, как и для случая без учета весов, выделяются 4 сообщества, их размеры: 8-2-2-2 (рисунок 14.12а). Эти сообщества являются разными компонентами связности графа, поэтому альтернативных

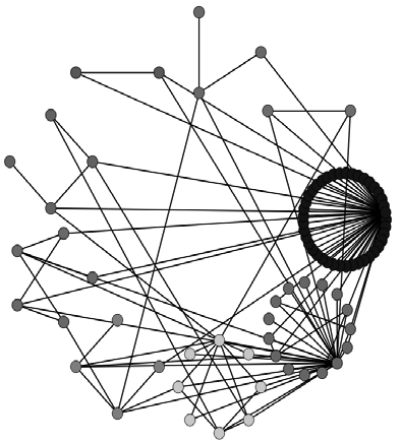


Рис. 14.11а. Разбиение графа G^A_{24} алгоритмом Infomap на сообщества с учетом веса ребер

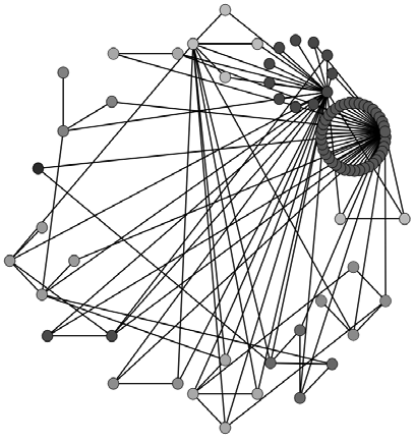


Рис. 14.11б. Разбиение графа G^A_{24} алгоритмом Louvain на сообщества с учетом веса ребер

содержательных разбиений тут не прослеживается вне зависимости от наличия или отсутствия веса на ребрах.

Граф G^B_{12} состоит из 28 вершин и 40 ребер, тут для взвешенного случая выделяются 5 сообществ (рисунок 14.12б) следующих размеров: 12-6-4-4-2. Если ребра этого графа не имеют весов, так же выделяются 5 сообществ, но с немного иными размерами: 15-5-4-2-2, при которых сообщество-ядро увеличивается в размерах. Данная ситуация свидетельствует о том, что в целом G^B_{12} разбиение не так сильно зависит от веса ребер и скорее связано с топологическими характеристиками данного графа.

Для взвешенного графа G^B_{24} из 31 вершины и 48 ребер при разбиении получаем 6 сообществ: 12-6-4-4-3-2 (рисунок 14.12в). Напомним, что для случая без весов на ребрах происходило «схлопывание», что приводило к выделению всего 4 сообществ: 23-4-2-2. Получаем, что учет весов ребер для графа G^B_{24} дает более детализированное разбиение, как и в случае с графом G^A_{24}.

Стоит отметить, что применение алгоритма Louvain для графа G^B_{24} приводит к вырожденной картине – выделяется 31 сообщество, каждое состоит из отдельной вершины. Скорее всего, это связано с тем, что автор поста, пользователь **@UUU**, не является в этом графе вершиной с самой большой степенью в отличие от пользователя

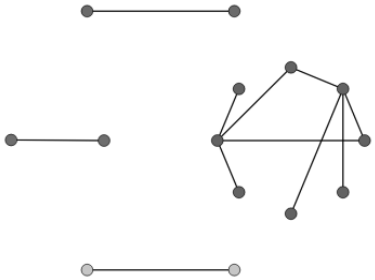


Рис. 14.12а. Разбиение взвешенного графа G_1^B

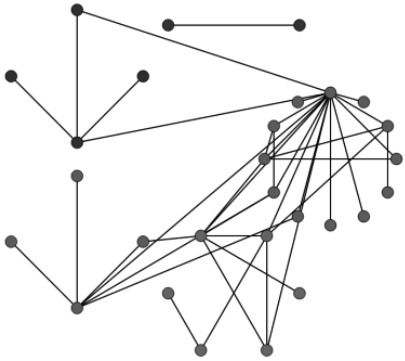


Рис. 14.12б. Разбиение взвешенного графа G_{12}^B

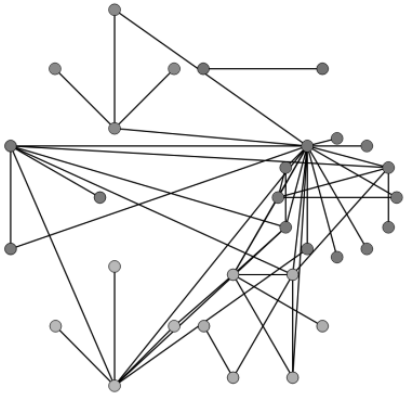


Рис. 14.12в. Разбиение взвешенного графа G_{24}^B

@ZZZ (рисунок 14.13), у которого 18 смежных вершин из 30 возможных, что делает весь граф близким к эго-графу для вершины такого пользователя. Именно поэтому получаем разбиение на 31 сообщество, что в целом двойственно выделению единого сообщества и скорее связано с самим алгоритмом Louvain, который на следующем шаге объединит эти сообщества в единую метавершину.

Данный пример показывает, что имеет место вырождение структуры графа в одно сообщество в случае, если взвешенный граф по своей структуре близок в эго-графу. В каком-то смысле сообщество-ядро «поглощает» все вершины.

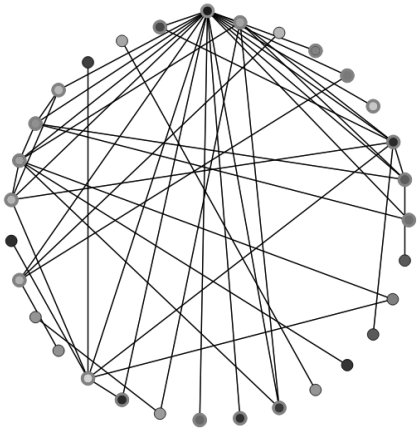


Рис. 14.13. Смежные пользователю @ZZZ вершины в графе G^{B}_{24}

Для взвешенных графов, построенных на основании поста *C,* характерны те же отличия разбиений от разбиений на версиях графов, построенных ранее без учета веса ребер. Так, разбиение для G^{C}_{1} на 3 сообщества (рисунок 14.14а) размеров 15-3-2 практически не отличается от рассмотренного ранее (16-2-2) для случая, когда на ребрах графа не заданы веса. Граф G^{C}_{12} для взвешенного случая разбивается на 7 сообществ: 92-13-9-9-2-2-2. Это разбиение отличается от случая без учета весов (101-13-9-2-2-2) лишь тем, что одно сообщество размера 9 выделяется из самого большого, что хорошо заметно при сравнении рисунков 14.14б и 14.7б. Для взвешенного графа G^{C}_{24} разбиение на сообщества алгоритмом Infomap дает картину, похожую на ту, что получалась ранее без учета веса ребер. На рисунке 14.14в показано разбиение на 6 сообществ размеров: 153-22-17-3-2-2 против 8 сообществ вида: 143-31-9-7-3-2-2-2 для невзвешенного случая. В случае учета весов основное сообщество-ядро «оттягивает» на себя часть вершин, что приводит к частичному распаду второго по размеру сообщества.

Если применить к G^{C}_{24} другой алгоритм – Louvain, то мы получим еще более явную картину: поглощение сообществом-ядром остальных вершин с небольшими остатками в виде малых сообществ. А именно, будет выделено 36 сообществ, следующих размеров: 174-3-3-2-2-2-2-2-2-1-1-1-1-1-1-1-1.

Резюмируя проведенный анализ выделения сообществ и их преобразований в течение времени в трех семействах взвешенных и невзвешенных графов, можно сделать следующие выводы.

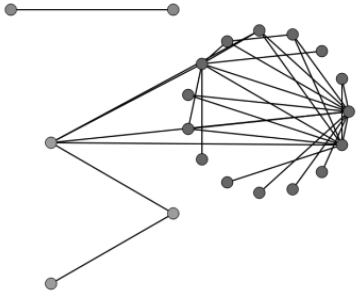


Рис. 14.14а. Разбиение взвешенного графа G_1^C

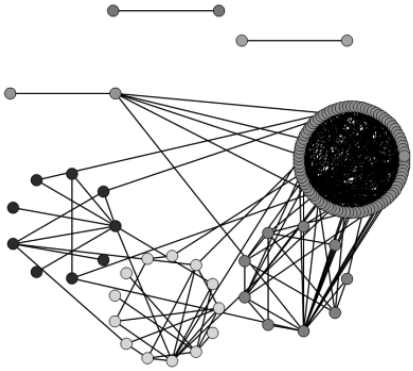


Рис. 14.14б. Во взвешенном графе G_{12}^C выделено 7 сообществ

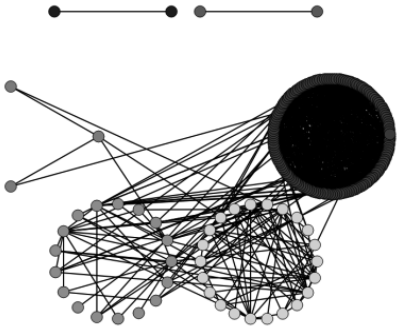


Рис. 14.14в. Граф G_{24}^C – поглощение части вершин «ядром»

Для графов, получаемых при скачивании почти сразу (1 час) или через непродолжительное время (12 часов) после публикации поста, характерен процесс набора пользователей, осуществляющих активное взаимодействие с постом, что влечет за собой процесс формирования, изменения, разрушения сообществ. Поэтому нет существенной разницы в подходах с весами на ребрах или без них при выделении сообществ для таких графов. Картина в любом случае не будет устойчива.

Для взвешенных графов, получаемых при скачивании по истечении существенного времени после публикации поста (24 часа), как правило, уже достигается состояние устойчивости. Это влечет

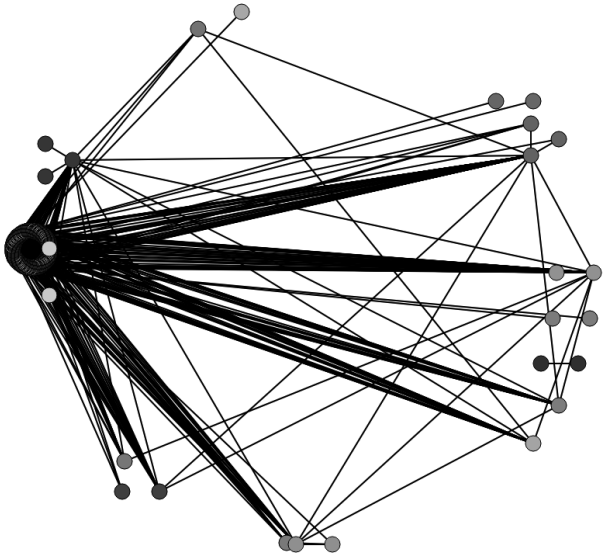


Рис. 14.15. Смежные пользователю @ZZZ вершины в графе G_{24}^{B}

за собой стабилизацию сообществ при рассмотрении невзвешенных графов, а также возможность провести для взвешенных графов разбиение на большее число сообществ за счет увеличения суммарной степени сообщества-ядра и лучшего выделения маленьких групп из нескольких вершин.

Применение разных алгоритмов разбиения на взвешенных графах, полученных по истечении существенного времени после публикации поста (24 часа), дает возможность более детализированного выделения небольших сообществ из нескольких вершин. Но при этом такое разбиение может привести к вырожденному случаю объединения всех вершин в одно сообщество или разбиению вершин на индивидуальные сообщества, если граф по своей структуре близок к эго-графу.

Ниже приведена таблица 14.2 с результатами выделения в трех рассматриваемых семействах графов сообществ алгоритмами Infomap и Louvain. В таблице имеются следующие обозначения: S – число полученных сообществ, а n и m – количества вершин и ребер в графе, полученном после удаления из него изолированных вершин, соответственно.

Таблица 14.2

Структура анализируемых групп общения

Пост	Алгоритм	1 час после поста			12 часов после поста			24 часа после поста		
		S	**n/m**	**Разбиение**	**S**	**n/m**	**Разбиение**	**S**	**n/m**	**Разбиение**
A	*Infomap, без веса*	3	38/33	31-4-3	7	75/100	41-20-4-3-3-2-2	6	84/124	43-17-12-5-4-3
	Infomap, с весом	3		31-4-3	6		43-20-4-3-3-2	9		41-15-8-5-4-4-3-2-2
	Louvain, с весом							13		41-11-4-4-4-4-4-3-2-2-2-2-1
B	*Infomap, без веса*	4	14/11	8-2-2-2	5	28/40	15-5-4-2-2	4	31/48	23-4-2-2
	Infomap, с весом	4		8-2-2-2	5		12-6-4-4-2	6		12-6-4-4-3-2
	Louvain, с весом							31		1-...-1
C	*Infomap, без веса*	3	20/33	16-2-2	6	129/414	101-13-9-2-2-2	8	199/890	143-31-9-7-3-2-2-2
	Infomap, с весом	3		15-3-2	7		92-13-9-9-2-2-2	6		153-22-17-3-2-2
	Louvain, с весом							36		174-3-3-2-2-2-2-2-2-1-1-1-1-1-1-1

Субъектность сетевых сообществ: определение, методы оценки, сопоставление с сетевыми характеристиками

Для оценки субъектности трех исследуемых сообществ из социальной сети «Твиттер» проводился психолингвистический анализа корпуса текстов сетевых сообществ и их кодирование с помощью перечня дискурсивных маркеров субъектности (Павлова и др., 2019; Voronin et al., 2019). Тексты сетевых сообществ размечались тремя экспертами-психолингвистами путем выделения дискурсивных маркеров. Использовался перечень из 35 дискурсивных маркеров. Субъектность рассчитывалась как относительная частота дискурсивных маркеров, обнаруженных в текстах сетевых сообществ. В качестве единицы анализа использовались комментарии к посту. Показатели субъектности рассчитывались в соответствии с кумулятивно-аддитивной моделью с винзорированным усреднением с усечением 5% наибольших значений с последующей конволюцией среднего арифметического. Ранее было показано, что психометрика субъектности сетевого сообщества базируется на приоритете разнообразия различных ее составляющих над уровнем их проявления (Воронин, Ковалева, 2019; Павлова и др., 2019). Вследствие этого для оценки субъектности использовались все возможные обобщенные характеристики субъектности сетевого сообщества: девять показателей субъектности первого уровня (языковая и понятийная идентификация, готовность действовать, поддержка тематики сетевого сообщества, групповые нормы и ценности, планирование и результаты совместных действий, отстранение «других», защита целостности сообщества гражданская идентичность), два показателя субъектности второго уровня (обсуждение совместной деятельности, «свои–чужие») и показатель общей субъектности как среднее по всем показателям. По аналогии с анализом сетевых характеристик определялись показатели субъектности для контента каждого из трех сообществ по прошествии 1 часа, 12 часов и 24 часов. Результаты приведены в таблице 14.3.

При психолингвистическом анализе контента не было обнаружено маркеров, характеризующих «планирование и результаты совместных действий», поэтому этот компонент субъектности был исключен из дальнейшего рассмотрения данных. Уровень субъектности по разным компонентам и по сообществам представляется крайне неоднородным. На первом этапе анализа была оценена зна-

Таблица 14.3

Относительная частота дискурсивных маркеров субъектности в контенте сообществ

Пост	Показатели субъектности											
	Языковая и понятийная идентификация	Готовность действовать	Поддержка тематики сетевого сообщества	Групповые нормы и ценности	Планирование и результаты совместных действий	Отстранение «других»	Позитивная поддержка коммуникации	Защита целостности сообщества	Гражданская идентичность	Общая субъектность	Обсуждение совместной деятельности	«Свои–чужие»
1 час после поста												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
A	0,333	0,0	0,111	0,0	0,0	0,222	0,111	0,111	0,0	0,889	0,0	0,778
B	0,0	0,0	0,333	0,0	0,0	0,0	0,333	0,0	0,0	0,667	0,0	0,333
C	0,905	0,0	0,524	0,810	0,0	0,619	0,476	0,476	0,429	4,238	0,0	2,524
12 часов после поста												
A	0,296	0,111	0,333	0,111	0,0	0,148	0,370	0,0	0,148	1,519	0,111	0,778
B	0,119	0,015	0,239	0,134	0,0	0,149	0,493	0,015	0,015	1,179	0,015	0,522
C	0,300	0,040	0,500	0,280	0,0	0,480	0,280	0,320	0,280	2,480	0,040	10,600
24 часа после поста												
A	0,167	0,083	0,167	0,083	0,0	0,167	0,083	0,167	0,083	10,000	0,083	0,667
B	0,091	0,091	0,182	0,182	0,0	0,0	0,091	0,182	0,182	10,000	0,091	0,455
C	0,173	0,0	0,346	0,308	0,0	0,250	0,173	0,173	0,096	10,519	0,0	0,942

чимость различий между уровнем субъектности для каждого из сообществ с помощью непараметрических критериев U Манна–Уитни, W Уилкоксона и Z Колмогорова–Смирнова. Для анализа данных использовался статистический пакет PASW Statistics 18. Различий между сообществами A и B обнаружено не было, но субъектность контента сообщества C оказалась значимо выше. Результаты сравнения приведены в таблице 14.4.

Субъектность контента сообщества C значимо выше по таким показателям как «Поддержка тематики сетевого сообщества», «Групповые нормы и ценности», «Защита целостности сообщества», «Общая субъектность» и «Свои–чужие». По остальным показателям значимые различия выявлены либо по одному из сообществ, либо незначимы.

Изменение уровней различных показателей субъектности контента в разные периоды после поста позволили предположить взаимосвязь этих показателей. Однако проверка последовательного изменения уровня показателей субъектности в зависимости от продолжительности комментариев к посту (1 час, 12 часов и 24 часа после поста) с помощью критерия Джонкхиера–Терпстра не нашла своего подтверждения.

В соответствии с целью исследования было проведено сопоставление различных сетевых характеристик с уровнем субъектности контента исследуемых сетевых сообществ в различные периоды их фиксации от поста.

Для всех трех постов необходимо отметить отсутствие при разбиении больших сопоставимых групп пользователей, которые часто возникают при подобных разбиениях других графов. Более того, в каждом из трех случаев видно явно выраженное «ядро» – самое большое сообщество из выделенных. Если посмотреть подробнее на результаты работы алгоритма Infomap на взвешенных графах, полученных через 24 часа после поста, то для поста C имеет место больший перекос в сторону «ядра», что легко видно из таблицы 14.2. Размер максимального сообщества отнесенный к общему числу вершин для каждого из постов, составляет:

A: 41/84 = 48%;
B: 12/31 = 38%;
C: 153/199 = 76%.

Аналогичные результаты получены и для разбиения с помощью алгоритма Infomap взвешенных графов G_12^p. Эти данные соответст-

Таблица 14.4

Различия в уровне субъектности между сообществами

Статистики и значимость	Показатели субъектности										
	Языковая и понятийная идентификация	Готовность действовать	Поддержка тематики сетевого сообщества	Групповые нормы и ценности	Отстранение «других»	Позитивная поддержка коммуникации	Защита целостности сообщества	Гражданская идентичность	Общая субъектность	Обсуждение совместной деятельности	«Свои–чужие»
Различия между 1 и 3 сообществом											
U Манна–Уитни	2772	2754	2448	2120	2599	2916	2409	2609	1997	2754	2207
W Уилкоксона	3948	10380	3624	3296	3775	4092	3585	3785	3173	10380	3383
Z Колмогорова–Смирнова	–0,77	–2,14	–2,06	–3,71	–1,72	-,16	–2,72	–1,74	–3,35	–2,14	–2,67
Асимпт. значимость (двусторонняя)	0,44	**0,03**	**0,04**	**0,00**	0,08	0,87	**0,01**	0,08	**0,00**	**0,03**	**0,01**
Различия между 2 и 3 сообществом											
U Манна–Уитни	3902	4940	4056	3895	4171	4278	3900	4071	3079	4940	2944
W Уилкоксона	7223	12566	7377	7216	7492	11904	7221	7392	6400	12566	6265
Z Колмогорова–Смирнова	–3,53	–0,42	–2,72	–3,44	–2,99	–2,11	–4,15	–3,60	–4,74	–0,42	–5,25
Асимпт. значимость (двусторонняя)	**0,00**	0,67	**0,01**	**0,00**	**0,00**	**0,03**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	0,67	**0,00**

вуют значениям в таблице 14.3 показателя «Общей субъектности» для всех трех графов и тому утверждению, что субъектность контента сообщества С значимо выше.

В ходе дальнейшего сопоставления сетевых характеристик и показателей субъектности было обнаружено соответствие между коэффициентом взаимодействия графа, определяемым как отношение m/n, где m и n – количества вершин и ребер в графе, полученном после удаления из него изолированных вершин, и отдельными показателями субъектности соответствующего контента. Результаты приведены в таблице 14.5.

Общая субъектность оказалась значимо связанной с коэффициентом взаимодействия графа: чем больше связей между аккаунтами, входящими в выделенное сообщество, выявлено, тем больше в контенте этих сообществ обнаруживается маркеров, связанных с определенными характеристиками субъектности. В случае рассмотренных нами сообществ это вполне определенные характеристики: групповые нормы и ценности, защита целостности сообщества и гражданская идентичность. Это контент, в котором осуждаются и/или формулируются коммуникативные нормы и групповые ценности, осуществляется коллективный «коупинг»; осуществляется защита границ и целостности сообщества через выражение негативного отношения к собеседникам и возбуждение недоверия и враждебности к «чужим» собеседникам; обсуждаются проблемы социальной защищенности, гражданской идентичности и проявления активной жизненной позиции.

Наличие значимой корреляции между уровнем некоторых компонентов субъектности и коэффициентом взаимодействия графа позволяет сформулировать предположение о последовательном возрастании субъектности в связи с повышением значения коэффициента взаимодействия графа. Для проверки гипотезы об упорядоченности сдвига в количестве обнаруженных дискурсивных маркеров субъектности в контенте сетевых сообществ в зависимости от коэффициента взаимодействия графов использован критерий Джонкхиера–Терпстра. Результаты сопоставлений сдвигов представлены в таблице 14.6.

Сравнение по критериям «наблюденной статистики» и «среднего статистики» показывает, что направление сдвига для большинства показателей жизнеспособности прямое (для показателя «готовность действовать» – обратное). Сдвиги по показателям «Общая субъект-

Таблица 14.5

Корреляция Спирмена между коэффициентом взаимодействия графа и компонентами субъектности

Статистики и значимость	**Показатели субъектности**										
	Языковая и понятийная идентификация	Готовность действовать	Поддержка тематики сетевого сообщества	Групповые нормы и ценности	Отстранение «других»	Позитивная поддержка коммуникации	Защита целостности сообщества	Гражданская идентичность	Общая субъектность	Обсуждение совместной деятельности	«Свои–чужие»
Коэффициент корреляции Спирмена	0,3	0,01	0,55	0,89**	0,62	0,11	0,82**	0,72*	0,73*	0,01	0,62
Значимость (2-сторон.)	0,43	0,98	0,12	0,01	0,07	0,76	0,01	0,026	0,03	0,98	0,07

Примечание: ** – корреляция значима на уровне 0,01 (2-сторонняя); * – корреляция значима на уровне 0,05 (2-сторонняя).

Таблица 14.6

Оценка значимости последовательного сдвига в показателях субъектности в зависимости от коэффициента взаимодействия графа

Критерий Джонкхиера—Терпстра	**Показатели субъектности**										
	Языковая и понятийная идентификация	Готовность действовать	Поддержка тематики сетевого сообщества	Групповые нормы и ценности	Отстранение «других»	Позитивная поддержка коммуникации	Защита целостности сообщества	Гражданская идентичность	Общая субъектность	Обсуждение совместной деятельности	«Свои—чужие»
Наблюденная статистика	23,00	10,50	20,50	20,50	26,50	14,00	21,00	20,50	23,00	10,50	27,00
Среднее статистики	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50	13,50
Нормированная статистика	2,13	−0,70	1,56	1,56	2,92	0,11	1,68	1,56	2,13	−0,70	3,01
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	0,033	0,485	0,118	0,118	0,004	0,912	0,093	0,118	0,033	0,485	0,003

Примечание: Группирующая переменная — Повышение коэффициента взаимодействия графа.

ность», «Свои–чужие», «Языковая и понятийная идентификация» и «Отстранение „других“» упорядочены и значимы.

Выводы

Для целей анализа сетей взаимодействующих объектов актуальным является формирование методики, сочетающей в себе процедуру импорта данных, построение взвешенного графа, применение алгоритма выделения неявных сообществ.

Спроектирован и реализован процесс построения и анализа в том числе взвешенных графов, соответствующих процессам взаимодействия пользователей социальных сетей на примере реальных данных из социальной сети «Твиттер».

Относительный размер «ядра» сообщества по отношению к общему количеству аккаунтов связан с частотой дискурсивных маркеров субъектности в контенте: чем больше относительный размер, тем больше дискурсивных маркеров.

Коэффициент взаимодействия графа значимо коррелирует с частотой определенных дискурсивных маркеров субъектности: «Общая субъектность», «Групповые нормы и ценности», «Защита целостности сообщества» и «Гражданская идентичность».

Существует направленный сдвиг в показателях частоты дискурсивных маркеров субъектности: с ростом значения коэффициента взаимодействия графа последовательно возрастают такие показатели, как «Общая субъектность», «Свои–чужие», «Языковая и понятийная идентификация» и «Отстранение „других“».

ГЛАВА 15

Субъектность больших неформализованных групп в условиях пандемии: интернет-анализ поведения безработных

11 марта 2020 г. Всемирная организация здравоохранения объявила о пандемии коронавируса. По официальным данным, на 1 января 2021 г., количество зараженных достигло 83762860 человек, из них погибло 1823700 человек (Коронавирус, 2020). Исторически инфекционные заболевания всегда были причиной большого количества человеческих смертей. Среди наиболее известных пандемий в мире можно вспомнить такие, как: бубонная чума (1665) – погибло почти 25% населения Лондона; «испанка» (1918–1919) – погибло, по разным данным, от 50 до 100 миллионов человек, что составляет от 2,7% до 5,3% жителей Земли того периода; азиатский грипп (1957) – погибло 1,1 миллиона человек (Эпидемии века..., 2020). Опасные для жизни инфекционные заболевания на слуху и у наших современников. К примеру, среди наиболее известных вспышек респираторных заболеваний текущего исторического периода можно указать на: SARS (2002) – тяжелый острый респираторный синдром, зафиксировано 8 тысяч случаев, 800 смертей; птичий грипп (2003) – зафиксировано 861 случай, 455 смертей; MERS (2012) – ближневосточный респираторный синдром, зафиксировано 2250 случаев, 850 смертей; Эбола (2014) – зафиксировано 26593 случая, 11005 смертей (6 самых масштабных..., 2020).

Возникновение и распространение эпидемии, помимо распространения самой болезни, оказывает серьезное социальное влияние на различные сферы жизнедеятельности общества. В связи с пандемией коронавируса COVID-19 его экономические и социальные последствия даже получили соответствующее обозначение – «коронакризис». Можно привести и специальные примеры. Специалисты

отмечают, что карантинные мероприятия в период зарождения пандемии COVID-19 привели к снижению уровня преступности почти во всех штатах США (Преступность в эпоху..., 2020). Вместе с тем, из-за пандемии коронавируса и карантинных ограничений усилились случаи домашнего насилия. По данным ООН, во Франции число жалоб на домашнее насилие за месяц выросло на 30%, в Аргентине – на 25%, на Кипре и в Сингапуре – на 30% и 33%, соответственно. В Великобритании в первые две недели карантина убито 10 женщин. В некоторых европейских странах для жертв побоев, которые не могут открыто сообщить о своей проблеме, даже ввели кодовые слова. В Испании, например, тайный сигнал SOS для аптек – это «маска-19, которая спасает жизнь»: аптекарь запишет имя и адрес для «оформления доставки» и передаст данные в полицию. В ситуации с домашним насилием важен и следующий аспект: среди обратившихся с жалобами на домашнее насилие большую часть составляют представители мужской части населения, общее количество женщин, обратившихся за соответствующей помощью, составляет менее 40% (Скрытые жертвы..., 2020).

Непосредственно психологические векторы проблемы связаны с восприятием пандемии и ее различных аспектов (угрозы, риски, защитные механизмы, ожидания, переживания и т.д.), характером поведенческих реакций индивидуальных и коллективных субъектов в период пандемии, а также с последующим анализом социально-психологических последствий пандемии для принятия индивидуальных решений и межгруппового взаимодействия. Обсуждаемые психологами проблемы имеют широкое отношение к многочисленным стадиям нынешней пандемии, могут помочь политикам, медикам, руководителям и широкой общественности лучше понять, как управлять своим самочувствием, выстраивать социальное взаимодействие, согласовывать индивидуальные и коллективные интересы, узнавать об эффективных методах социальной и эмоциональной поддержки (Журавлев, Китова, 2020а, б). Такого рода исследования могут предоставить важную информацию для управления пандемией и ее последствиями.

Если говорить непосредственно о безработице, то согласно последней оценке Международной организации труда (МОТ) экономический и трудовой кризис, вызванный пандемией COVID-19, может увеличить глобальную безработицу почти на 25 миллионов рабочих мест, еще от 8,8 до 35 миллионов человек в мире будут страдать от низ-

кого уровня жизни и нищеты (Almost 25 million..., 2020). Падение занятости также означает снижение доходов для работающих сотрудников. В свою очередь, сложившаяся ситуация неизбежно приведет к снижению потребления товаров и услуг, а как следствие, повлияет на перспективы бизнеса и экономики государства в целом (Китова, 2005; Китова, Журавлев, 2019).

Анализ исследований, проведенных в условиях распространения коронавирусной инфекции

Запрос публикаций по слову «коронавирус» в РИНЦ (Российский индекс научного цитирования – библиографическая база данных научных публикаций российских ученых) позволил выявить 7464 публикации, отражающие теоретические и прикладные проблемы, изучаемые в различных отраслях науки, вызванные распространением коронавируса. В сложившихся условиях можно указать на ряд значимых гуманитарных исследований, зародившихся в условиях пандемии: жизнь после карантина – психология смыслов и коронавирус COVID-19 (Е. В. Федосенко), пандемия и суициды: идеальный шторм и момент истины (Е. Б. Любов, П. Б. Зотов), психологические особенности переживания неопределенности при пандемии COVID-19 (И. Г. Скотникова, П. И. Егорова, Ю. Л. Дубинская, Л. С. Жиганов), массмедиа и психологические реакции людей в ситуации эпидемии коронавируса (Т. А. Кубрак, В. В. Латынов), социально-психологический контекст распространения коронавирусной инфекции в России (А. В. Юревич, М. А. Юревич) и др.

В отдельную группу можно выделить исследования, проведенные в *интернет-пространстве,* которое является наиболее оперативным источником информации, а также ресурсом репликации социальных процессов (Журавлев, Китова, 2020а). Среди такого рода работ можно указать на следующие: общественное настроение и становление субъектности сетевого сообщества в период пандемии COVID-19 (А. Л. Журавлев, Ю. В. Ковалева), особенности продвижения бизнеса в социальных сетях в период кризиса (Д. А. Торгушникова), массовые коммуникации молодежи в условиях самоизоляции из-за коронавируса (М. Р. Душкина), анализ социальной реакции на пандемию коронавируса на примере социальной сети VK (Г. К. Молотков, С. С. Гончаров), пандемия коронавируса как драйвер цифровизации экономики (Т. В. Шагинян), эпидемия в зеркале медийного дискур-

са: факты, оценки, позиции (В. И. Карасик), информационная политика массмедиа в кризисных ситуациях, в частности формирование контента и управление коммуникациями (Т. А. Кубрак, В. В. Латынов) и др.

Если обратиться непосредственно к работам, связанных с изучением социальных, экономических и *психологических трудностей безработных* в условиях пандемии коронавируса (этих работ около 50), то можно выделить основную их проблематику, которая определяется:

- *общероссийскими* проблемами безработицы в условиях пандемии – влиянием эпидемии на безработицу в России (А. Ф. Габдуллина, Т. Н. Исмаилова) и ее ростом (Е. А. Карлова, Г. Д. Бабаян, И. В. Фомичева, Л. В. Иванцова, Ю. Б. Коложвари), технологиями расчета показателя уровня безработицы в России в период коронавируса (К. Б. Семенов);
- *региональными* особенностями развития проблем безработицы в условиях пандемии – сравнительным анализом величины безработицы на федеральном и региональном уровнях (Н. Н. Фролова, А. А. Рассказова, О. А. Правдина), анализом ситуации на примере Чеченской республики (З. А. Арсаханова, Х. С. Вахаева), изучением в регионах проблемы государственного регулирования уровня безработицы (С. А. Олехнович), обзором региональных практик по поддержке семей с детьми (М. А. Буранкова);
- *международным* характером распространения безработицы – сравнением динамики показателей безработицы в США и России в связи с эпидемией коронавируса (А. Б. Штриков, Д. Ф. Миназова), анализом системы страхования от безработицы в США во время пандемии коронавируса (Е. В. Небольсина).

Самостоятельно (без учета проблем безработных) представлен блок научных публикаций по *государственной поддержке* различных субъектов социальной сферы. Так, представлены работы по мерам поддержки и защиты прав потребителей в условиях пандемии (Д. А. Каламбет), зарубежной практике государственной социальной поддержки населения (Н. С. Сергиенко, И. В. Зайчикова). В исследованиях анализируется широкий спектр поддержки экономических субъектов, в частности экономической государственной поддержки малого и среднего *бизнеса,* с учетом опыта развитых стран мира (Н. С. Сергиенко), меры поддержки *арендаторов,* пострадавших от экономического спада в условиях распространения корона-

вирусной инфекции (С. Кожейкин), организационно-правовые меры поддержки *налогоплательщиков* (Е. М. Максимова, Л. С. Муталиева), особенности поддержки *некоммерческих организаций* (НКО) (Е. Гришина, Е. Цацура), отдельные меры поддержки персонала *оборонных предприятий* (А. В. Бойкова, Ю. Н. Самылина), зарубежный опыт поддержки *сельского хозяйства* и пищевой промышленности (Н. В. Малышева). Таким образом ни социальные, ни экономические, ни правовые или психологические меры поддержки *безработных* в условиях пандемии коронавируса до сих пор не стали предметом общенаучного или более узкого, психологического, анализа, что, несомненно *актуализирует* проблематику представленного исследования.

Представленная проблема имеет высокую актуальность и *прикладное значение.* На ее социальную значимость указал и Президент страны В. В. Путин, отметив, что безработица выступает одной из главных проблем в стране в целом. Таким образом, научные знания о проблемах безработных психологического характера, полученные в обстановке развития пандемии коронавируса, могут оказать неоценимую оперативную (возможно и стратегическую) помощь в обеспечении психологической безопасности общества и поддержании субъективного благополучия человека, в частности лиц, оказавшихся без работы в критических для человечества социальных условиях.

Постановка методологической проблемы

На начало 2020 г. более 4,5 миллиарда людей пользуются Интернетом – три года назад эта цифра равнялась 3,4 миллиарда пользователей, а аудитория социальных сетей перевалила за отметку в 3,8 миллиарда. Среднестатистический россиянин проводит в социальных сетях 2 часа 26 минут в день (Вся статистика..., 2020). В современных условиях развития информационных технологий выявление важнейших для общественного развития психологических факторов стало возможным посредством беспрецедентно масштабного анализа продуктов деятельности человека (текстов, сообщений, информационных релизов и т. д.), представленных в интернет-пространстве (Апреликова, Китова, 2018, 2019; Журавлев, Китова, 2020а, б; Психологические исследования..., 2020). Непрерывное увеличение объема текстовых сообщений в Интернете, а также вычислительных мощностей и технологических возможностей делает их освоение насущной необходимостью (Китова, 2019).

В последние годы происходит быстрое развитие методов автоматизированного анализа текстов, в том числе ориентированных на выявление психологический свойств отдельных лиц или социальных групп. Автоматизированный анализ текстов оказался применимым к решению широкого круга психологических вопросов, таких как индивидуальные различия, уровень интеллекта, потребность в знаниях, наличие ложных утверждений в текстах, особенности политических отношений, мотивации, групповой динамики, культурных изменений и ряда других (Психологические исследования..., 2020). Рассмотрим некоторые из возможностей, с тем чтобы дать последующую теоретическую интерпретацию представленных результатов исследований.

Заметной характеристикой данного направления является то, что разработкой этих методов успешно занимаются в основном программисты и лингвисты, хотя их развитие имеет большое значение и для психологии, и для социо-гуманитарных наук в целом. Недостаточное использование психологами информационных разработок пока является проблемой отечественной психологии (Соснин и др., 2020; Психологические исследования..., 2018).

Развитие современных разработок в русле автоматизированного анализа интернет-пространства включает в себя две основные тенденции. Первая связана с фиксированием и обработкой объективных событий (фактов) в Сети. В научной литературе представлена информация о количественных характеристиках пользователей социальных сетей (Lerman, Ghosh, 2010), динамике их суточной активности (Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008), технологиях анализа сетевой репутации (Globerman, Roehl, Standifird, 2001) или «лайков» в Фейсбуке (Kosinski, Stillwell, Graepel, 2013). В последующем это позволяет «привязать» психологические данные к конкретным объективным особенностям пользователей, хотя это требует их дополнительного объединения с массивом психологической информации для получения соответствующих знаний.

Вторая тенденция связана с поиском субъективной информации, которая не может быть получена непосредственным путем и требует для извлечения трудоемких компьютерных алгоритмов. Такого рода исследования позволили выявить много интересных фактов, например: люди, находящиеся в депрессии, используют больше слов, связанных с негативными эмоциями (Rude, Gortner, Pennebaker, 2004); лица, пытающиеся ввести других в заблуждение, намеренно обма-

нывающие, чаще используют слова из категории движений (Newman et al., 2003) и мало слов, связанных с причинно-следственными характеристиками (Pennebaker, King, 1999); поэты, впоследствии покончившие жизнь самоубийством, использовали единственное число и употребляли местоимения от первого лица чаще, чем их коллеги, которые не прибегли к суициду; за последние два столетия слова, связанные с индивидуализмом и независимостью, стали употребляться более часто, а частота слов, выражающих заботу о других людях, а также слов, отражающих оценку моральных качеств, снизилась (Kesebir, Kesebir, 2012).

Можно также акцентировать внимание на наиболее популярных методах психологического анализа больших объемов текстов. В первой группе наиболее популярных методов представлены «пользовательские словари» (1), что позволяет исследователям самостоятельно задавать характеристики искомых значений (слов, словосочетаний или конкретных выражений). Во второй группе сконцентрированы методы, которые можно условно определить как «извлечение признаков» (2), – исследователи используют компьютерные алгоритмы, чтобы найти психологические закономерности, которые имеются в анализируемых текстах, что производится посредством выделения, подсчета и разъяснения представленных в тексте предикторов. В третьей группе, которую можно определить как «сочетание слов» (3), акцент делается на особенностях взаимного употребления различных слов в тексте. В нашем исследовании использован второй методический прием «извлечения признаков», т. е. экспертное выявление психологической информации из неявно представленных данных.

Автоматизированные методы хоть и впечатляют своими возможностями для решения очень многих задач, для изучения некоторых они еще довольно грубы и недостаточно эффективны. Очевидно, что эти методы будут непрерывно совершенствоваться и улучшаться со временем и будущее психологии будет тесно связано с их разработкой и использованием.

Эмпирический анализ проблемы исследования

На первом этапе исследования было принято решение произвести общий анализ ситуации в Интернете, связанной с пандемией коронавируса и выделить место запросов по безработице среди основного количества запросов пользователей в поисковой системе «Яндекс».

На рисунке 15.1 представлен анализ запросов со словом «коронавирус» в период с 10 апреля по 10 мая 2020 г. Как оказалось, запросы со словом «коронавирус» в первую очередь связаны с такими словами, как «больницы», «Россия», «люди/человек», «проблемы», «тесты», «маски» и «врачи». Это позволяет утверждать, что людей в первую очередь беспокоили проблемы профилактики и излечения от коронавирусной инфекции, а также общая ситуация с распространением пандемии в России и готовность системы здравоохранения для борьбы с ней. Вторая подгруппа слов, находящихся между собой в наиболее близком частотном диапазоне, содержит такие слова, как «карантин», «время», «мир», «дела», «Победа» и «Москва», что позволяет говорить об обеспокоенности людей потерей социального времени для реализации различных проблем жизнедеятельности, распространением пандемии по всему миру, резким снижением деловой активности в обществе. Самостоятельной проблемой анализируемого периода пандемии для россиян стала необходимость отмены парада Победы и усложняющаяся эпидемиологическая ситуация в столице. Тем не менее в общем списке слов представлен свод позиций,

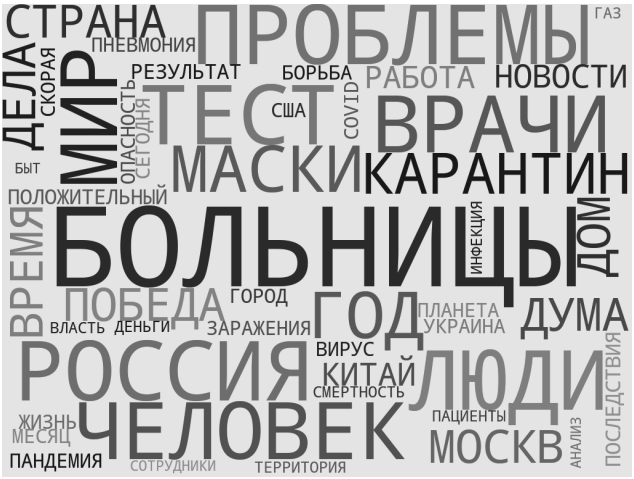


Рис. 15.1. Частотный анализ слов, в запросах пользователей со словом «коронавирус».

Примечание: Слова на диаграмме представлены в зависимости от количественных характеристик запросов – чем крупнее шрифт, тем выше частота употребляемого слова

отражающих повседневную жизнь россиян: «быт», «дом», «деньги», «сотрудники», – сюда же можно отнести и слово «время». Все вместе они указывают на вызванные пандемией неудобства профессионального и бытового плана, хотя они и не являются определяющими.

Для специального анализа ситуации с экономическими переживаниями людей, оказавшихся без работы в период распространения пандемии, мы обратились к анализу запросов, которые напрямую связаны с экономическими проблемами. В основу анализа были заложены два запроса – это «выплаты» и «пособие по безработице». Предполагалось, что в первом случае можно посмотреть на общую выраженность интереса пользователей к денежным выплатам со стороны государства для различных категорий граждан (детям от 3 до 7 лет, семьям с детьми, безработным, гражданам в возрасте от 70 до 80 лет и т. д.), а во втором – непосредственно проанализировать возрастание интенсивности запросов по выплатам для безработных. Оба подхода могут дать полезную информацию как для теоретического осознания проблемы, так и для решения конкретных прикладных задач в рамках современной социальной практики. Полученные результаты представлены на рисунке 15.2.

Как оказалось, запросы по выплатам для различных категорий граждан за последние 5 лет, вплоть до введения социальных ограничений в связи с распространением коронавирусной инфекции, оставались в конкретном, достаточно стабильном диапазоне, который составлял около 5 тысяч запросов в месяц с незначительными изменениями в рамках данного диапазона в течение года. В последнюю декаду марта, как видно из рисунка 15.2, количество этих

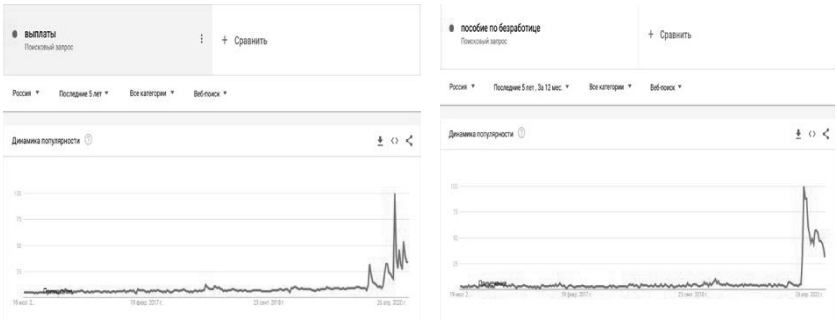


Рис. 15.2. Запросы пользователей со словами «выплаты» и «пособие по безработице», 2016–2020 гг.

запросов увеличилось более чем в 5 раз, достигнув своего пикового значения к середине апреля 2020 г. Данные показатели превышают среднестатистическое количество запросов предыдущих 5 лет более чем в 4 раза. Еще более резкий скачок демонстрирует динамика запросов по словосочетанию «пособие безработным». Здесь также важно обратить внимание на резкое (практически в течение одного дня) увеличение количества соответствующих запросов в 5 раз, что представляет собой резкий контраст на фоне стабильного количества ежедневных запросов на протяжении 5 лет. Второй отличительной особенностью запросов по пособиям для безработных является плавно-протяженный (по сравнению с запросом «выплаты») спад интереса к данному виду государственной поддержки, что позволяет говорить и о своевременности оказываемой государством поддержки, и о ее востребованности со стороны безработных.

Непосредственный анализ статистики слов по запросам «государственная поддержка» представлена на рисунке 15.3. Как оказалось, запрос «государственная поддержка» в течение одного месяца (апрель 2020) был использован пользователями 64625 раз. Пользователей интересовали такие проблемы, как «меры государственной поддержки» – 12236 запросов, «государственная поддержка семьи» – 8717 обращений, «государственная социальная поддержка» – 9355 и далее «государственная поддержка детей» – 7996, «дополнительная государственная поддержка» – 7433, «программы государственной поддержки» – 6488, «программы государственной поддержки ма-

Рис. 15.3. Статистика запросов в Яндексе со словосочетанием «государственная поддержка»

лого бизнеса – 6215», «государственная поддержка – закон» – 6185. Соотнесенная с количественной иерархией запросов информация обобщена и представлена на рисунке 15.4.

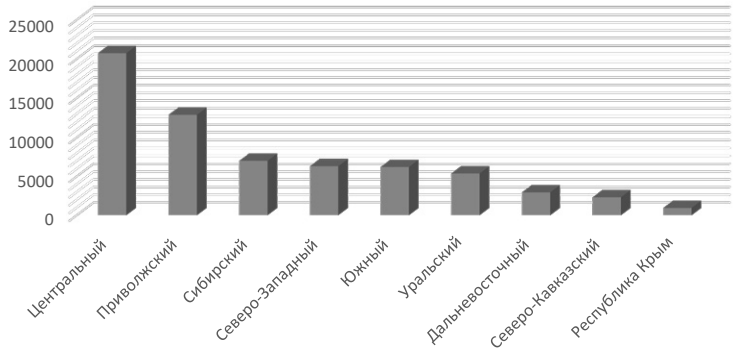


Рис. 15.4. Частотный анализ запросов «государственная поддержка» в различных ФО РФ

Не совсем так обстоит дело с активностью (популярностью) запросов. Так, по результатам анализа статистики слов (рисунок 15.5) большую популярность запрос со словосочетанием «государственная поддержка» получил в Дальневосточном, Северо-Кавказском округах (более 120%), Южном и Приволжском (более 110%), а также Сибирском и Уральском (более 100%). В Центральном и Северо-Западном ФО запросы представленного характера оказались непопулярными

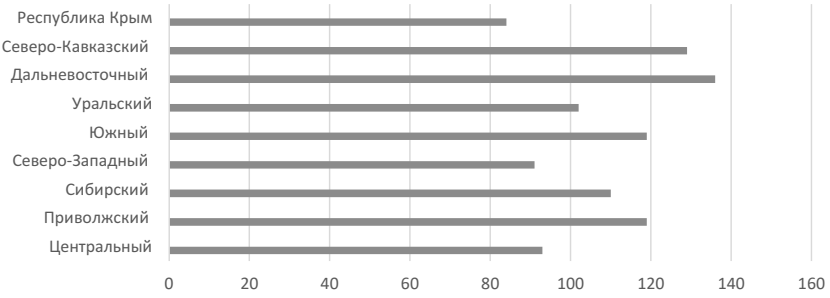


Рис. 15.5. Популярность поисковых запросов «государственная поддержка» по данным поисковой системы «Яндекс»

(менее 100%). Непосредственно в Москве популярность такого рода запросов составила 83%, в Санкт-Петербурге – 80%, что еще ниже, чем в столице. Общим выводом для представленной ситуации может стать утверждение о том, что дотационные ФО оказались более уязвимыми для пандемии с экономической точки зрения, что проявилось в повышенной экономической заинтересованности пользователей, представляющих эти округа. В качестве частного вывода можно указать на необходимость учитывать выявленный фактор при оказании государственной поддержки населению с учетом «коэффициента» востребованности экономической поддержки со стороны жителей каждой конкретной территории.

Обсуждение результатов и выводы первого этапа исследования

Отношения человека к социальным условиям жизнедеятельности соотносятся как с его индивидуально-психологическими характеристиками, так и условиями общественного развития, динамично изменяясь в зависимости от внутренних и внешних факторов. Вследствие такой закономерности потребность в господдержке может обнаруживать характерологические особенности, зависящие от различных возрастных, экономических, региональных и иных значимых факторов: ожидания человека, которые складываются с учетом мировоззренческих установок, убеждений и притязаний, проявляют себя в структуре ведущих отношений человека к тем или иным условиям среды и выступают регуляторами его поведения и деятельности (Алдашева, 1995; Китова, 2019)

С психологической точки зрения, по мнению большого количества пользователей поисковых систем «Яндекс» и «Гугл», респондентов в условиях пандемии более всего тревожат проблемы сохранения здоровья граждан и способность государства оказать своевременную медицинскую помощь заболевшим коронавирусом, на втором плане интерес вызывают такие социальные проблемы, как поддержка медицинского персонала, а также болезненная необходимость отказаться от проведения Парада победы на Красной площади и в регионах, лишь на третьем уровне (по частоте запросов) отмечена востребованность оказания материальной поддержки для малоимущих семей и лиц, оказавшихся без работы.

Среди факторов непосредственного экономического поведения пользователей (в частности, с учетом запросов по мерам государст-

венной поддержки) можно выделить следующую хронологию запросов по государственной поддержке: государственная поддержка семьи (1); социальная поддержка малоимущих, пенсионеров, сирот, стариков и т. д. (2); государственная поддержка семей, имеющих несовершеннолетних детей (3); дополнительная государственная поддержка лиц, оказавшихся без работы (4). Наименьшее количество запросов связано с государственной поддержкой малого бизнеса (5).

Вместе с тем, несмотря на очевидную заинтересованность пользователей в сохранении здоровья и социальных ценностей общества (например, Парад победы), потребность в мерах экономической поддержки со стороны государства среди социально уязвимых слоев общества, в том числе и безработных, стремительно возросла, превысив ранее установленные «социальные планки» такого рода запросов более чем в 5 раз. К специфическим особенностям данной ситуации можно отнести и тот факт, что потребность в оказании прямой материальной помощи не соотносима среди представителей различных регионов. В частности, наименьший интерес к мерам государственной поддержки безработных проявили пользователи Москвы и Санкт-Петербурга, что может свидетельствовать как о высоком уровне их жизни или наличии у них на период начала пандемии финансовых сбережений, так и о низком уровне безработицы в этих городах.

Полученные результаты могут не отражать заинтересованности пользователей в мерах неэкономических форм государственной поддержки, т. е. экстраполяция выводов исследования на иные формы государственной поддержки (организационные, консультационные, меры нефинансовой социальной поддержки, в частности волонтерской помощи для доставки продуктов первой необходимости из магазина, которая была чрезвычайно востребована на первом этапе пандемии, и т. д.) не представляется целесообразным и требует дополнительного изучения (Виноградов, 1972; Журавлев, Китова, 2019, 2020а; Китова, 2019; и др.).

Второй этап эмпирического исследования: анализ запросов сообщений на форумах безработных

Анализируемые далее сообщения извлекались из открытых источников в Интернете, в частности с форумов безработных (irecommend.ru, joblab.ru, b17.ru/forum, nn.ru/community и т. д.). Всего собрано 517

сообщений. Для обоснования обращения к сообщениям в тематических форумах можно выделить ряд обстоятельств, среди которых традиционно сложившийся на форумах небольшой текстовый объем сообщений и значительная их популярность среди пользователей интернет-сообщества.

Контент-анализ сообщений показал, что в разговорах безработных значительное внимание уделяется влиянию пандемии на развитие различных социально-политических и экономических процессов в государстве. Так, респонденты отмечают, что «коронавирус – это такая лакмусовая бумажка которая проявила „кто есть кто“ из мировых государственных лидеров...», предрекают, что «пересмотр парадигмы социально-экономического развития будет проходить во всех государствах мира»; многие пользователи склонны полагать, что «коронавирус стал вызовом базовым принципам государственного устройства»; существуют и более резкие высказывания, типа: «самоизоляция в государстве плавно перетечет в самоликвидацию государства».

Не остались без внимания и конспирологические теории происхождения пандемии. В частности, можно указать на следующие высказывания: «папа сказал мне, что коронавирус запланирован, он создан, чтобы поработить все человечество»; «коронавирус распространяют, чтобы дети как можно больше сидели у компьютера, следующим этапом станет их чипирование»; «коронавирус – это эксперимент мирового правительства по сокращению населения планеты» и т. д.

Не обходится общение в сети и без юмора и сарказма. Приведем несколько примеров, так как количество таких высказываний составляет около 3%, т. е. такого рода высказывания встречаются в достаточном количестве: «француженки с пониженной социальной ответственностью тоже ждут поддержки от государства», «пусть коронавирус поддержат, он тогда исчезнет за неделю», «у государств возникает острый вопрос, какой бизнес поддержать: туристический или похоронный».

Встречаются и противоречивые мнения. Приведем два противоречивых высказывания о господдержке бизнеса. Первое связано с переживаниями за российский бизнес: «Эти каникулы за счет работодателей, которые называют самоизоляцией, – не поддержка населения, а для бизнеса (особенно малого) – смерть». И второе мнение: «Зачем поддерживать бизнес, производителей колы, продавцов

бургеров и других представителей транснациональных гигантов, которые и так могут полмира купить?»

В целом же исследовательское внимание было сосредоточено на анализе проблем, наиболее отражающих отношение пользователей к мерам государственной поддержки граждан, бизнеса и общества со стороны государства. С этой целью нами отобраны только те сообщения, которые содержали в тексте словосочетание «государственная поддержка». Проблемы, которые обсуждались в данных сообщениях, представлены в таблице 15.1.

Как видно из таблицы, сообщения охватывают разнообразные проблемы и ситуации, которые можно разделить на множество подгрупп по самым различным основаниям. Мы сосредоточили внимание на *сферах жизнедеятельности* общества, *экономических* и *психологических компонентах* обсуждаемых проблем, а также наиболее *востребованных формах* государственной поддержки, которые обсуждались в сообщениях. Полученные результаты представлены далее на графиках.

На рисунке 15.6 представлены основные сферы жизнедеятельности общества, о которых идет речь в сообщениях. Среди наиболее обсуждаемых форм государственной поддержки безработных количественный анализ высказываний позволил выделить четыре смысловых категории, отражающих проблемы безработных: социальная, экономическая, политическая и духовная.

Как оказалось, наиболее обсуждаемыми темами среди них выступают пособия по безработице (49,5%), проблемы постановки

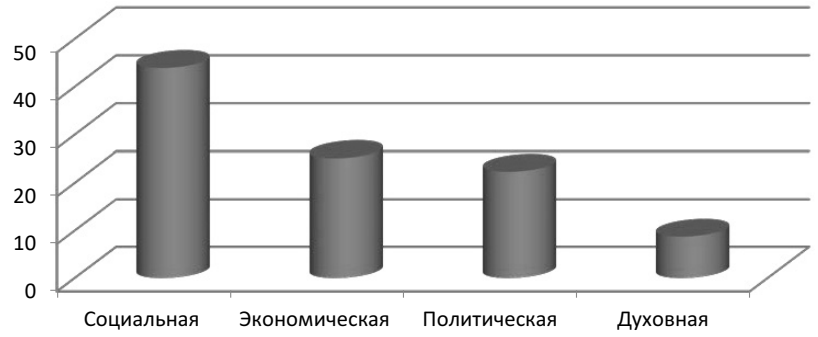


Рис. 15.6. Укрупненные тематические группы в сообщениях безработных о видах и формах государственной поддержки

Таблица 15.1

Примеры смысловых категорий твитов о безработице

Темы	Примеры сообщений
Информация	– Кабмин готовит новый пакет мер по поддержке населения и бизнеса в условиях распространения коронавируса. – Владимир Путин подписал указ о выплате в апреле–июне семьям с детьми по 5 тысяч рублей на каждого ребенка. – Россия стала одна из лидеров по тестированию на коронавирус COVID-19 среди населения, денег не пожалели
Политика	– Кризис раскрывает все сильные и слабые стороны политических систем. – ...коронавирус оказался рентгеном, который высветил проблемы всего российского государственного организма, самой слабой и подверженной болезням его частью оказались регионы
Экономика	– ...если нужен жесткий карантин на две недели, то каждой семье государство должно выплатить как минимум по 20–30 тысяч рублей. – Беда, что у большинства россиян нет сбережений...
Бизнес	– Эти каникулы за счет работодателей, которые называют самоизоляцией, – не поддержка населения. – Зачем поддерживать производителей колы, продавцов бургеров и других представителей транснациональных гигантов, которые могут полмира купить...
Бюрократия	– Власть говорит: поддержим людей, – а на местах говорят: пишите заявление на отпуск за свой счет... и как хотите, так и живите – платите кредиты, детей кормите...
Глобализм	– Коронавирус – проблема всемирного масштаба и никому не удастся отсидеться по принципу: моя хата с краю. – Япония направит около $1 трлн на меры поддержки экономики, включая прямые выплаты гражданам, а у нас...
Меценатство	– Предприниматели из Москвы и Санкт-Петербурга помогают одиноким пожилым людям и запускают акции поддержки врачей, работающих с коронавирусными больными
Недовольство	– Немного о кредитных каникулах. А то вдруг кто-то думает, что государство действительно забоится о гражданах

на учет (24,1%), выплаты семьям с детьми (12,4%), довольно востребованной темой стал поиск работы в России (7,8%), что видимо важно для представителей ближнего зарубежья. Не остаются без внимания и статистические данные по уровню безработицы в России и регионах (3,5%), а также теоретический интерес к различным видам безработицы (2,7%) (рисунок 15.7).

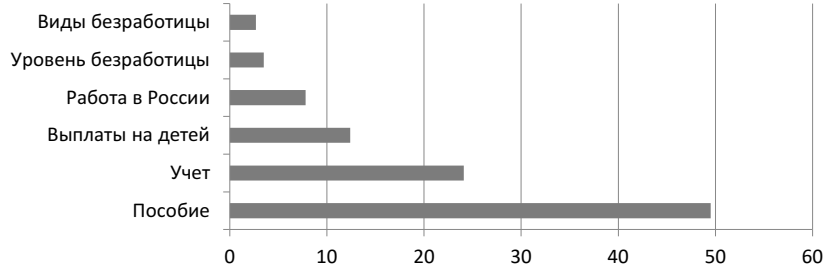


Рис. 15.7. Темы сообщений, относящиеся к государственной поддержке безработных

Психологический анализ слов по заданным когнитивным, эмоциональным, поведенческим и мотивационным основаниям позволил сгруппировать сообщения посредством контент-анализа в соответствующие типологические категории:

- *когнитивные* – размышления о состоянии государства и здравоохранения, о проблемах по обеспечению государственной поддержки врачей, населения, нуждающихся в социальной помощи категорий людей, о региональных проблемах, экономических и временных трудностях противодействия пандемии, с которыми пришлось столкнуться многим государствам; о причинах распространения и профилактики; сюда же относится: обсуждение поведения детей; дети и смысл жизни; дети и власть; воспитание детей; ценности семейной жизни; возрастные особенности развития; бытовые ситуации; анализ своего прошлого (детство); философские размышления о детях; проблемы родительства (материальные и нематериальные); проблемы ухода за детьми (постоянные, циклические и ситуационные);
- *эмоциональные* – переживания о возможных последствиях пандемии в различных отраслях экономики и социальной жизни, вынужденное прекращение развлекательных мероприятий, необходимость ограничивать социальную активность старшего поколения и удовлетворенность наличием волонтерского движения, оценки значимости работы курьеров, роль государства в обеспечении информационной и медицинской помощи, способность к созданию вакцины и т. д.;
- *поведенческие* – рассказы о получении субсидий, информации, правилах постановки на учет по безработице, беседы об инфор-

мационных и психологических центрах экономической и социальной поддержки населения, информирование о сроках, суммах и технологиях получения такой помощи;

– *мотивационные* – желание серьезнее относиться к своим социальным обязанностям в рамках семьи и социального окружения, намерения в будущем больше ценить возможности, создаваемые государством.

На рисунке 15.8 приведены количественные данные по анализу слов в сообщениях с учетом частоты упоминаний (учитывается простое количество повторов). Рисунок позволяет увидеть как наиболее обсуждаемые проблемы, так и менее упоминаемые позиции.

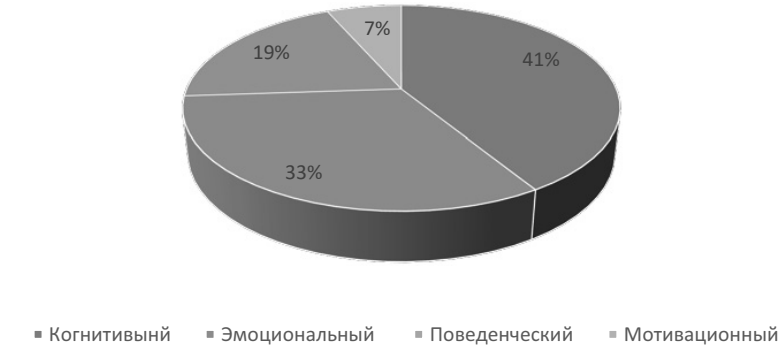


Рис. 15.8. Структура отношения к государственной поддержке участников форумов по психологическим компонентам обсуждений

Кроме того, анализ сообщений с группированием их на тематические подгруппы с учетом обсуждений различных форм государственной поддержки позволил сформировать следующее заключение: потребность в государственной поддержке в период развития пандемии показала высокие значения по трем направлениям: информационному (47,5%), экономическому (33,2%) и социальному (19,3%).

Выводы по второму этапу исследования. Обзор литературы показал, что в период развития пандемии людям, оказавшимся без работы, были оказаны все виды государственной поддержки – финансово-экономическая, социально-организационная и информационно-консультационная. Безработным была предоставлена и косвенная

(не прямая) поддержка через смежные программы поддержки экономики и населения (поддержка малого бизнеса, промышленности, сельского хозяйства, оказание помощи семьям с детьми и т. д.). При этом психологические особенности отношения безработных к различным формам государственной поддержки в период пандемии коронавируса остались малоизученной общенаучной и конкретно психологической проблемой.

Анализ поисковых запросов позволил получить подтверждение теоретических положений о возрастании количества запросов в зависимости от стабильности/нестабильности условий внешней среды.

В рамках обсуждения программ государственной поддержки затронутыми оказались все сферы жизнедеятельности общества, которые представлены по мере убывания значимости: социальная, экономическая, политическая. Наименее обсуждаемыми оказались проблемы духовности.

Структура отношения к государственной поддержке участников тематических форумов по безработице оказалась выстроенной в следующей последовательности: обсуждались когнитивный, эмоциональный, поведенческий и мотивационный аспекты различных форм государственной поддержки.

Как оказалось, пользователи более всего обмениваются *информационными* сообщениями, на втором месте находятся проблемы *экономического* характера, затем *социального* плана. Менее всего в сообщениях затрагивается духовные проблемы.

Третий этап эмпирических исследований: анализ эмоционального фона сообщений

В целях заявленного исследования сообщения в Интернете извлекались из открытых источников – социальных сетей и форумов. Автоматизированный анализ данных сообщений производился с помощью нейросетевой модели Dostoevsky (разработчик программных инструментов М. А. Китов). В процессе обработки сообщений использовался качественный и количественный анализ слов, что включало в себя подсчет простого количества повторений слов, количества положительных и отрицательных сообщений, общей средней эмоциональной интенсивности сообщений. В качестве искомых значений были использованы ключевые слова: безработный, пандемия/коронавирус, государственная поддержка (с последующим группирова-

нием выявленных позиций государственной поддержки – экономическая, социальная, информационная и психологическая). На основе проведенного анализа предложены психологические типы отношения к государственной поддержке среди безработных (по самоидентификации) пользователей интернет-ресурсов.

Теоретические позиции исследования эмоционального фона высказываний безработных о господдержке связаны со значимостью эмоциональных переживаний личности. Эмоции выступают побудителями к социальному действию и поведению (Алдашева, 1995; Социальная психология..., 2014). К положительным эмоциям такого рода можно отнести чувство удовлетворения, возникающее в процессе жизнедеятельности, приподнятое настроение, иногда даже восторг. В научной литературе отмечается, что наличие позитивного эмоционального фона способствует развитию способностей человека, а при его отсутствии (или же наличии отрицательного) способности не удается развить и за долгие часы напряженной работы (Ламерти, 1976). Известны, в частности, такого рода связи между эмоциональными и интеллектуальными компонентами познавательных потребностей человека. Так, С.Л. Рубинштейн писал, что «эмоциональность, или аффективность, – это всегда лишь одна, специфическая, сторона процессов, которые в действительности являются вместе с тем познавательными процессами, отражающими – пусть специфическим образом – действительность» (Рубинштейн, 2019, с. 552).

В эмпирических исследованиях Ю.Е. Виноградова, направленных на влияние эмоциональных процессов на структуру мыслительной деятельности, было отмечено, что «без эмоциональной активации невозможно объективно верное решение субъективно сложных мыслительных задач, хотя наличие этой активации еще не гарантирует достижение объективно верного результата» (Виноградов, 1972, с. 17). Автор отмечал, что эмоции регулируют и процесс поиска познания, выполняя эвристическую функцию, что может иметь прямое отношение и к поиску работы.

Если говорить обобщенно, то эмоции являются одним из основных механизмов внутренней регуляции психической деятельности и поведения человека, возникновение негативных эмоций сопряжено с ситуациями, при которых человек одновременно осознает наличие некой угрозы и невозможность ее избежать. Такая ситуация обеспечивает пристрастность психического отражения через выде-

ление цели в плане образа мира и включает когнитивные процессы реагирования, необходимые для решения задачи или оптимизации ситуации.

С социально-психологической точки зрения эмоции сопровождают многие общественные процессы, закономерно проявляясь на качественных характеристиках социального взаимодействия, и имеют социальный (внеличностный) смысл. В частности, эмоции служат для передачи другим информации о возникающих эмоциональных состояниях (выступают формой социального реагирования); могут формироваться на основе оценки действий других людей (через анализ воспринимаемой от других людей информации); способны настраивать/перенастраивать отношения между людьми (Общество травмы, 2019), т. е. служат важным фактором социального взаимодействия.

Эмоциональный фон сообщений рассматривается в диапазоне от –1 до +1 с разделением предложенной шкалы на 20 позиций. Эмоциональный фон слов, значение которого находится в пределах меньше десятой доли (0,03... или 0,009... и т. д.) рассматривался нами как нейтральный в силу незначительной выраженности. К нейтральному фону также отнесены сообщения, имеющие значение эмоционального фона равное нулю. Отсутствующие в сообщениях респондентов числовые значения игнорировались. Таким образом, шкала с разбивкой на 20 позиций фактически содержит 14 позиций, что связано с отсутствием явно выраженных эмоциональных фонов с положительной коннотацией. Результаты анализа представлены на рисунке 15.9. Из рисунка можно заметить, что сообщения с положительным эмоциональным фоном представлены тремя позициями в диапазоне от 0,23582 до 0,5119. Как нейтральный эмоциональный фон можно рассматривать позицию от 0,04978 до –0,04994. Далее представлены десять позиции с негативным эмоциональным фоном: от умеренно негативного (диапазон –0,05007 до –0,9998) до ярко выраженного, который достигает значения –0,62008 и более.

Сгруппируем весь спектр обсуждаемых безработными проблем по ведущим смысловым категориям: *пособие по безработице* – в этом случае темами для обсуждения выступают размеры выплат, формы их предоставления, региональные различия в суммарных выражениях, сроки предоставления и их протяженность во времени; *безработные* – в этих сообщениях указываются различные ситуации, связанные с потерей работы, сложности повседневной жизнедеятель-

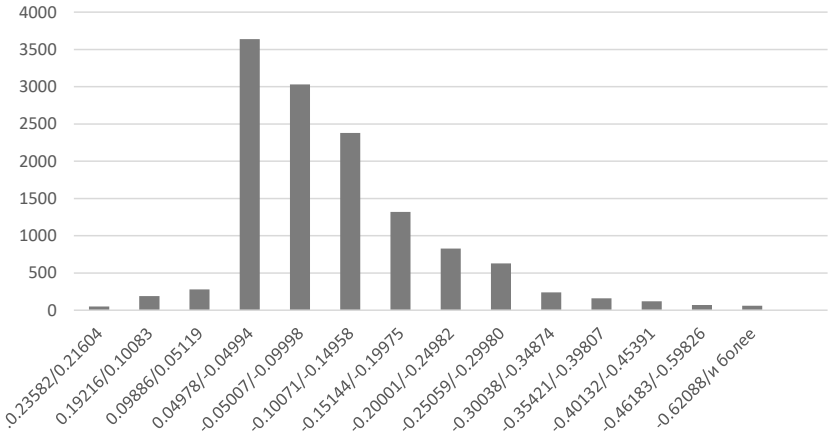


Рис. 15.9. Пошаговое распределение эмоционального фона сообщений

ности семьи, психологические аспекты самочувствия безработных, указывается на значимость стабильных доходов для поддержания здоровья и привычного образа жизни членов семьи; *встать на учет* – отражает содержание сообщений об условиях признания безработными и возрастных ограничениях, требования к документам и т. д.; *выплаты* – обсуждаются решения о повышенных выплатах людям, потерявшим работу из-за коронавируса в Москве и регионах, их минимальные и максимальные сроки, увеличенный срок по выплате; *работа в России* – связана с анализом вакансий в Москве и регионах для иностранных граждан; *уровень и виды безработицы* – обсуждается информация о восстановлении рабочих мест, возможном сокращении количества безработных в стране, причинах и перспективах безработицы в России и мире и т. д.

Количественный анализ высказываний позволил выделить семь смысловых категорий в сообщениях пользователей (рисунок 15.10). Как оказалось, наиболее обсуждаемыми темами среди безработных выступают пособия по безработице (41,38%) и трудности, с которыми приходится сталкиваться людям, потерявшим работу (9,88%). На втором уровне по частоте употребления находятся проблемы постановки на учет (9,67%) и выплаты безработным в период пандемии (3,32%). Как оказалось, довольно востребованной темой становится поиск работы в России (2,72%), что важно для представителей ближнего зарубежья. Не остаются без внимания и статистические данные

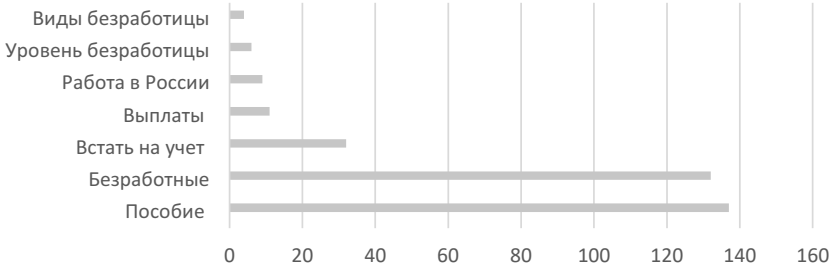


Рис. 15.10. Распределение смысловых категорий, представленных в сообщениях

по уровню безработицы в России и регионах (1,81%), а также теоретический интерес к различным видам безработицы (1,28%).

Если вернуться к анализу эмоционального фона сообщений, то положительные эмоции безработных чаще всего сопряжены с дополнительными выплатами в период пандемии. Нейтральный фон переживаний связан с обсуждением процедуры постановки на учет, выяснением адресов центров занятости и графика их работы. Негативный фон сообщений, как видно из рисунка 15.9, имеет сложноорганизованный характер. К примеру, некоторые пользователи сожалеют о размерах выплат, другие выказывают ярко выраженную неудовлетворенность ее размерами. Диапазон (−0,25059−−0,62088) связан с высказыванием резко негативных мнений, которые связаны с коронавирусной инфекцией, усугубившей положение безработных и значительно расширившей количество представителей этой социальной группы. Наиболее обсуждаемые проблемы государственной поддержки безработных сосредоточены в первых двух негативных позициях (диапазон −0,05007−−0,14958), которые можно определить не столько как недовольство программами государственной поддержки (финансовой, информационной, психологической и т. д.), сколько как сожаление о недостаточно высоком ее уровне и некоторых бюрократических препятствиях, с которыми приходиться сталкиваться в процессе оформления необходимых документов, выбора программ переквалификации, при смене места жительства и т. д.

Выводы третьего этапа исследования можно свести к следующим основным положениям:

– сложившаяся в условиях распространения коронавируса ситуация с увеличением числа безработных вызывает у них понима-

ние (нейтральный фон обсуждений) или озабоченность (незначительный уровень негативных переживаний) и далека от паники, депрессии или обвинения властей в непродуманных или несвоевременных действиях;
- государственная поддержка в форме выплат во время пандемии оценивается пользователями как своевременная мера, хотя, по их мнению, ее размеры могли бы быть больше;
- отмечается существенное преимущество ситуации в России в сравнении со странами ближнего зарубежья: по мнению безработных, Россия сумела оказать своевременную помощь своим гражданам;
- в сообщениях безработных позитивно оценивается возможность оформить пособие по безработице в онлайн-режиме, через портал Госуслуги;
- повышенный негативный уровень и резко выраженные негативные оценки ситуации связаны с обсуждением конспирологических теорий, бездействия или равнодушия чиновников, с необходимостью соблюдать режим социальной изоляции, обсуждением негативного психологического состояния людей и общества. То есть высокий негативный уровень больше связан с «фоновыми» проблемами, нежели с обсуждением ситуации с безработицей.

Заключение

Представленная выше классификация обсуждаемых безработными проблем и изучение эмоционального фона сообщений позволяет утверждать, что экономические проблемы в них занимают весомое место, несопоставимое с рассуждениями об уровне и видах безработицы. Экономические проблемы также «приглушают» потребность в иных видах государственной поддержки (например**,** социальной или психологической), но не ввергают людей в панику, страх и далеки от агрессивных призывов к силовому разрешению ситуаций.

Таким образом, обоснованная экономическая помощь, как показало проведенное исследование, значительно повлияла на экономическое, социальное и психологическое самочувствие безработных, стала своевременной и пресекла волну негативных эмоциональных оценок. Вместе с тем, судя по результатам иных исследований, потребность безработных в социальной, психологической, консульта-

тивной и информационной поддержке была заметно выражена, а отсутствие соответствующих обсуждений (их минимальный уровень), возможно, указывает на то, что такого рода поддержка не была получена в достаточной (или хотя бы ощутимой) мере, что можно рассматривать как перспективную рекомендацию федеральным и региональным властям обратить на это должное внимание.

Обобщая представленные результаты исследования, можно сделать вывод, что потребность в государственной поддержке в условиях пандемии коронавируса обусловлена *объективными,* независящими от человека обстоятельствами, характеризуется чрезвычайной *эмоциональной насыщенностью,* узкой *направленностью* на получение внешней помощи и выраженной *психологической напряженностью,* что свидетельствует о необходимости формирования профессиональной *психологической готовности* специалистов к трудовой деятельности в условиях социальных, техногенных и природных *рисков. Теоретическая значимость* исследования связана с расширением информации о закономерностях поведения специалистов, оказавшихся в сложных социальных условиях неопределенности и рисков. *Прикладной аспект* проблемы связан с востребованностью информации об оптимизации психологических состояний людей в условиях неопределенности и риска – такая информация будет полезна и в деятельности управленческого персонала. В *перспективе* необходимо выявить структурные и содержательные характеристики *конкретных переживаний* безработных, вызванных возросшими потребностями в государственной поддержке в условиях распространения пандемии.

В завершение важно отметить, что развитие информационных технологий создает дополнительные возможности для проведения психологических исследований поведения больших неформализованных групп (безработных, молодежи, профессиональных сообществ, общественных объединений и т. д.) в Интернете, что способствует созданию инновационной платформы для получения новых теоретических знаний и решения важных практических задач, «релевантных обществу в целом» (Макропсихология современного..., 2016).

ГЛАВА 16

Патриотический дискурс в политическом интернет-сообществе

Интернет – это реальность контента, значительная доля которого представлена в виде дискурса, который понимается как способ говорения о мире. В публичном дискурсе формируются групповые представления о реальности и социальные значения (ван Дейк, 2013; Емельянова, 2016; Харре, 1993; Wagner, 1995), что акцентирует роль коллективных обсуждений в Интернете. Особое место в ежедневных спорах на территории социальных сетей и других сетевых сообществ Рунета занимает политика России и выражение своей гражданской позиции. Данная область общественного дискурса вызывает к жизни тему патриотизма. Рассматривая патриотизм как социально-психологическую категорию, авторы выделяют в нем следующие компоненты:

1) чувство любви к родине;
2) готовность приносить в жертву личные интересы;
3) соответствующее поведение;
4) идентификация со своей страной, ее историей и народом (Журавлев, Юревич, 2016).

В литературе встречается понимание патриотического дискурса как такого, в котором защищается позитивный образ своей страны (Мансурова, 2017). Связанная с патриотизмом позитивная выраженность гражданской идентичности является важной составляющей социально-психологического капитала общества, отношения между членами которого служат ресурсом для достижения целей – как групповых, так и индивидуальных (Татарко, 2012).

Для исследования патриотического дискурса нами было выбрано сетевое сообщество, в котором разворачиваются диалоги о политике, экономике, социуме, истории России. В эпоху больших социальных сетей сетевое сообщество – это совокупность людей, связанных интеракциями в Интернете (Baym, 2006). Поиск неформальных критериев выделения сетевых сообществ приводит к анализу дискурсивных практик, в которых поддерживаются и развиваются как индивидуальные убеждения, так и социальные представления (Т. ван Дейк, Дж. Поттер, Р. Харре). Дискурсивная практика формируется в соответствии с разделяемыми правилами интерпретации и коммуникативными нормами данного сообщества: правилами вежливости, способами аргументации, речевыми жанрами и др. Сообщество порождает дискурс, а дискурс – сообщество. В этой связи можно говорить о жизни *дискурсивного сообщества* (discourse community), которое Дж. Свейлз определяет исходя из наличия общей декларируемой цели его участников, единого канала коммуникации для ее достижения, а также производства информации и обратной связи с членами сообщества (Swales, 1990). В Интернете, обеспечивающем канал коммуникации, с ростом влияния социальных сетей создаются оптимальные условия для существования дискурсивных сообществ разной направленности – политических, гражданских, научных, образовательных и др. Несмотря на признаваемую Свейлзом нечеткость, термин «дискурсивное сообщество» получил распространение при изучении университетских (Pramoolsook, 2008), школьных (Ardasheva et al., 2015) и онлайн-сообществ (Kehus et al., 2010).

С нашей точки зрения, дискурсивное сообщество в Интернете – это общность коммуникантов, занимающих единую позицию в отношении объектов реальности, которые они считают индивидуально или социально значимыми, использующих общую площадку взаимодействия и разделяющих определенные конвенциональные правила (интерпретации событий, выбора лексики, ведения разговора). В Интернете отсутствуют невербальные социальные подсказки, и для определения «своих» и «чужих», участники ориентируются на дискурсивные практики – кто, что и, главное, как говорит. О. С. Иссерс отмечает, что дискурсивная практика сочетает как фоновые знания, так и конкретную деятельность, сочетающую слова и действия (Иссерс, 2011).

Цель, задачи и описание материала исследования

Мы считаем, что в пределах идеологического сетевого сообщества, объединенного общей тематикой, можно выделить одно или несколько дискурсивных сообществ. Целью настоящего исследования стало рассмотрение с этих позиций патриотического дискурса сетевого сообщества, посвященного политике (на материале politics.d3.ru). Анализировались популярные обсуждения актуальных для России политических событий за период 30.10–05.11.2018 г. – всего 11 постов и 657 комментариев. Авторами, или продуцентами, дискурса выступило 158 человек, все участники – мужчины, согласно открытой информации. Большинство пользователей указало в профиле своей страной Россию (79%). Все рассматриваемые посты задают единую интерпретацию событий, что позволяет сделать предположение о существовании преобладающего дискурсивного сообщества.

Были поставлены следующие *задачи:*

1. Анализ коммуникативной активности членов сообщества и построение его социального графа.
2. Описание дискурса сетевого сообщества – референциальных объектов и направленных на них речевых интенций авторов, с дальнейшим выделением на этом основании дискурсивного сообщества.
3. Определение интенций, направленных на «чужого» в дискурсивном сообществе, и вариантов защиты его границ.
4. Определение групповых оценок референциальных объектов.

Методы

Для изучения дискурса применялся интент-анализ – экспертный метод выделения речевых интенций собеседников (Гребенщикова, Зачесова, 2014; Павлова, 2003; Павлова, Гребенщикова, 2017; Ушакова и др., 2000), на основе которого устанавливались референциальные объекты и соответствующие им речевые интенции коммуникантов (Павлова, Гребенщикова, 2017). Использовались словари, составленные для различных коммуникативных ситуаций и видов дискурса: политического, повседневного, интернет-дискурса и др. (Гребенщикова, Зачесова, 2014). Для изучения структуры сообществ была использована программа Gephi 0.9.2. Для обработки данных – программа SPSS v. 23.0.

Результаты и их обсуждение

Формальный анализ политического сообщества в Интернете

На рисунке 16.1 представлен социальный граф сообщества. Вершины графа, или узлы, соответствуют авторам сообщений, а ребра, или дуги, показывают интеракции между ними.

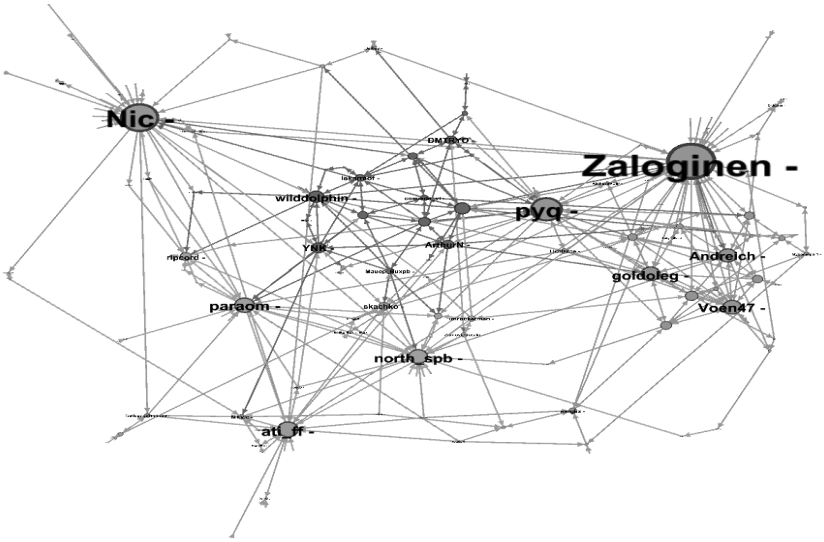


Рис. 16.1. Граф сетевого политического сообщества.
Примечание: Цветами отмечены классы модулярности

Данный граф является ориентированным, т. е. показывает, кто и кого комментирует (стрелка указывает направление связи). Крупные узлы – это авторы популярных сообщений и активные комментаторы, «хабы»; их можно назвать лидерами мнений и проводниками информации. Говоря об авторитетности, обращают внимание на количество входящих ребер: это авторы, мнение которых обсуждают. Между количеством входящих и исходящих ребер существует значимая корреляция ($r = 0{,}685$, $p < 0{,}001$, коэф. кор. Спирмена), т. е., как правило, комментируемые авторы сами являются активными комментаторами, и наоборот – те, кто оставляет единичные реплики, получает мало ответов. При построении графа не учитывались повторные интеракции.

Дискурс авторов-«хабов» можно считать задающим нормы и ценности для группы – их тексты, будучи позитивно воспринимаемыми в сообществе, служат отправной точкой для обмена мнениями. Разными цветами на рисунке 16.1 отмечены классы модулярности – в них входят коммуниканты, формирующие кластеры на основе взаимодействия. Этот функционал интерпретируется как мера неслучайного образования групп. Расстояние между узлами визуализирует так называемую «укладку» пользователей – ближе расположены те, кто совместно формирует взаимодействующую внутри себя клику (подмножество) с большим числом вершин. Плотность графа, равная для данного графа 0,018, – это число вершин в наибольшей клике (Евстигнеев, Касьянов, 1999). (Программа Gephi отражает отношение числа ребер в анализируемом графе к числу ребер в полном графе с тем же числом вершин; в полном графе каждая вершина связана с любой другой.) Диаметр графа, т. е. максимальный и при этом кратчайший путь между вершинами графа, или количество дуг, равен 9, что говорит о длинных коммуникационных цепочках. Средняя длина такого пути составляет 3,728, что позволяет считать социальный мир, визуализируемый графом, довольно тесным.

Дополнительный анализ подтвердил, что граф сообщества является безмасштабным – степени вершин распределены по степенному закону ($N = 45{,}606D^{-1{,}11}$, N – количество человек, или узлов, с данным количеством связей, D – степень вершин), что в принципе соответствует характеристикам сетей в WWW (Barabasi, 1999). Небольшое число узлов в безмасштабной сети характеризуется многочисленными связями, а многие узлы имеют лишь отдельные связи. Максимальное количество суммарно входящих и исходящих дуг в сообществе – 55 (33 сообщения, 22 обращения).

Дискурс патриотического сообщества

При выделении референциальных объектов мы ориентировались на традицию интент-анализа, по которой в разговорных формах дискурса в качестве основных выделяются объекты «Я», «Собеседник» и «Ситуация» (Гребенщикова, Зачесова, 2014), в политических – «Я и мои сторонники», «Оппонент» и «Ситуация в стране». Поскольку число референциальных объектов в тексте огромно, мы ориентировались на самые упоминаемые – от 20 раз. Важные для анализа дис-

курса объекты с частотой встречаемости менее 20 раз включены в категорию «Другое».

Согласно полученным результатам, в дискурсе сетевого патриотического сообщества выделено 8 референциальных объектов.

1. Объект «Власть» включает упоминание различных органов и представителей действующей государственной власти в России, в числе которых Государственная Дума, отдельные ее депутаты, Правительство, суды, местные власти и т. п. Упоминания власти в прошедшие эпохи отнесены в категорию «Другое».
2. Объект «Россия» упоминается в основном как единая страна, участник событий на международной арене. Случаи описания ситуации в стране выражены в меньшей степени, но тоже включены в этот объект.
3. К объекту «Развитые страны» относились ссылки на страны Европейского союза (Западной Европы) и США. Сюда также была причислена Япония, единожды выступившая темой отдельного поста.
4. Объект «Свое сообщество» включает случаи, когда говорящие обсуждали собственное сообщество, противопоставляя его другим, защищая от критики.
5. Объект «Чужое сообщество» – интернет-сообщество, члены которого отличаются противоположными, по сравнению с членами патриотического сообщества, взглядами на политические события.
6. Референциальный объект «Собеседник» включает обращения к конкретному комментатору, в частности к авторам обсуждаемых постов («топикстартеров» – ТС), которые также участвуют в беседе.
7. Под объектом «Я» понимается сам говорящий, который в разной степени, но всегда присутствует в речи. Мы отмечали этот объект в тех случаях, когда говорящий открывал свою тему, защищал свою точку зрения, делился переживанием, осуществлял самопрезентацию – т. е. уходил от обсуждаемого предмета, реализуя свои цели.
8. Объект «Украина» содержит упоминания данной страны и лиц, ее представляющих (Украина как страна, Президент Украины, лидеры украинских политических партий, народ Украины и др.).
9. Категория «Другое», как упоминалось выше, разнородна по составу и включает упоминания или коннотации, относящиеся

к объектам с частотой встречаемости менее 20 раз. К наиболее частотным среди них относятся: Илон Маск, «девяностые» (1990-е годы в России), СССР, Китай, Папуа – Новая Гвинея, Турция, Сирия, Саудовская Аравия и др. Объект включает также упоминания различных групп (спортсмены, либералы) и конкретных журналистов, писателей, режиссеров и т. п. Примечательно, что объект «россияне», включающий отсылки к российскому обществу и обсуждаемым в Рунете его представителям, занимает такую же позицию, как Илон Маск.

На основе экспертной квалификации было описано три группы интенций, в каждой из которых можно выделить оценочный компонент, имеющий отношение к референциальному объекту.

Поскольку дискурс служит для объединения группы и выступает способом опознания «своих» и «чужих» (ван Дейк, 2013), представленность в нем референциальных объектов отражает их значимость для жизни сообщества и групповой идентификации. Как показывают данные таблицы 16.1, самая большая доля интенций субъектов общения направлена на объект «Собеседник», что соответствует разговорному жанру дискурса. На втором месте – само сообщество politics.d3.ru, которое большинство комментаторов воспринимает «своим», обращается к нему, защищает общие убеждения. И на третьем – объект «Россия».

Обратимся к рассмотрению описанных на основе экспертной квалификации категорий интенций, в каждой из которых можно выделить оценочный компонент, имеющий отношение к референциальному объекту. Первая группа интенций – негативные. Она

Таблица 16.1

Представленность референциальных объектов в дискурсе патриотического сообщества по числу направленных на них интенций субъектов общения

Референциальный объект	**Власть**	**Россия**	**Я**	**Чужое сообщество**	**Свое сообщество**	**Развитые страны**	**Собеседник**	**Украина**	**Другое**	**Всего интенций (оценок)**
Кол-во интенций	36	132	85	20	149	113	499	65	108	**1207**

объединяет случаи направленности говорящего на *критику* и *дискредитацию* собеседника или другого референциального объекта. Здесь были выделены следующие основные категории интенций, которые присущи как полемике, так и оценке событий: *критиковать, отклонить, обвинить, выразить недовольство, возразить, выразить сомнение, запросить* (*доказательство*), *указать, намекнуть, высмеять, унизить*. Последние две категории интенций выступают проявлением речевой агрессии, которая может обнаруживаться в формах различной иллокутивной силы: *пренебрежение, презрение, оскорбление*. Негативными также считались интенции *недоумения* и *возмущения*.

Негативные интенции находят выражение в яркой эмоциональной окрашенности, иронической и саркастической форме речи. Например, в комментариях к новости «Перечень физических и юридических лиц Украины, в отношении которых вводятся санкции Правительством РФ» есть ирония в адрес П. А. Порошенко, который отсутствует в данном перечне: «*Петр Алексеевич почетный агент Кремля*». (Здесь и далее мы сохраняем орфографию и пунктуацию авторов.) Сарказм как высмеивание позиции собеседника предполагает, в отличие от иронии, немедленное обнаружение своей негативной оценки: *«Шумеры, предлагаю начинать давать имена известных переможников тракторам, маршруткам и мусоровозам, котельным, трансформаторным будкам и пунктам приема металлолома. Так победите»* (в ответ на новость о назывании буровых скважин на территории Украины).

Наиболее часто встречаются негативные интенции при направленности на собеседника в конфликтных дискуссиях при защите убеждений (таблица 16.3). Например, высмеивается позиция собеседника (*«Даешь невидимую руку рынка – живем короткими сделками, закупаем все на бирже через баксы... Чем вас там кормят?»*). Возможен и переход на личности (*«Ай ты мой радостный дурачок. Побольше бы таких» – «От дурачка слышу»*). В конструктивной дискуссии критика может осуществляться в сдержанной форме (*«У вас сквозь пальцы провалилась очень важная для данного примера цифра – процент рассрочки...»*), но чаще звучат возражения (*«Где сказано „убить“? Нигде не сказано!»*).

Вторую группу составляют нейтральные интенции. Они служат анализу ситуации, информированию, пояснению своей точки зрения, уточнению позиции собеседника, а также поддержанию разговора.

К этой группе интенций относятся следующие категории: *сообщить, поделиться, выразить мнение* (безоценочно), *уточнить* (в форме запроса), *поинтересоваться, пояснить, предположить,* а также направленные на разговор интенции *рассказать, поболтать.* Собеседники пытаются донести свою позицию («*Важно понимать, что если вы не боретесь и не защищаете свои интересы, то это с вами борются и на интересы ваши плюют*») и выяснить мнение другого.

Третья группа – позитивные интенции, которые направлены на защиту своей позиции, консолидацию с собеседником, привлечение на свою сторону, выигрышную самопрезентацию в форме подчеркивания собственного опыта, авторитета, компетентности и т. д., а также положительные характеристики референциальных объектов. Мы обнаружили интенции *согласиться, защитить* (свою позицию, собеседника, сообщество), *оправдать*(*ся*), *поддержать* (мнение собеседника, сообщество, инициативу правительства и т. п.), *похвалить.* Эти интенции встречались, например, при оправдании и утверждении позиции («*Борьба за обладание ресурсами не выдерживает критики*» – «*Просто мир изменился, некрасиво впрямую эксплуатировать*»), стремлении к консолидации («*Но согласитесь, если сейчас по всему пути уже можно пройти, то это всяко лучше на старте проекта, чем если бы его просто карандашом по карте*»), подчеркивании компетентности («*Когда я писал книжку для Всемирного банка, ездил в Орел на металлургический...*»), и, наконец, при позитивной характеристике («*...включение собственных портов в этот проект – это круто*») и др.

Стоит отметить, что аргументация может быть направлена как на критику оппонента (ситуации), так и на защиту своей позиции или разбор ситуации при поиске решения, т. е. интенция *аргументировать* встречается во всех трех группах интенций. Случаи позитивных и негативных оценок в одной интенции могут встречаться одновременно, когда собеседники консолидируются вокруг критики третьего референциального объекта («*Поддерживаю. Вот еще пример вранья...*»). Возражение собеседнику звучит вместе с тем и как положительная характеристика действительности («*Цель не в том, чтобы выглядеть „патриотично“, а чтобы уйти от доллара в расчетах*»).

Относительно категорий интенций, выделенных при анализе, следует заметить, что к описанным ранее в повседневном, постсобытийном и др. видах дискурса добавилась одна принципиально новая интенция, обозначенная как «*окоротить*». Эта интенция выра-

жается модератором сообщества и возникает при попытке призвать к порядку в дискуссии.

В таблице 2 показано распределение абсолютных частот двух групп интенций: 1 – критика и дискредитация (негативные), 2 – поддержка и анализ (нейтральные и позитивные), по референциальным объектам. (Интенции поддержки и анализа – нейтральные и позитивные – объединены в одну группу, что связано с недостаточной для статистических подсчетов частотой нейтральных интенций, направленных на отдельные референциальные объекты.)

Таблица 16.2

Распределение абсолютных частот интенций, направленных на критику и дискредитацию (негативные) и на поддержку и анализ (нейтральные и позитивные) по референциальным объектам

Интенции субъектов общения	**Референциальные объекты**									
	Власть	**Ситуация** / **Россия**	**Я**	**Чужое сообщество**	**Свое сообщество**	**Развитые страны**	**Собеседник**	**Украина**	**Другое**	**Всего**
Критика и дискредитация	27 (4,2)	53 (8,2)	2 (0,3)	17 (2,6)	27 (4,19)	98 (15,2)	285 (44,3)	64 (9,9)	71 (11,0)	644
Поддержка и анализ	9 (1,6)	79 (14,0)	83 (14,7)	3 (0,5)	122 (21,7)	15 (2,7)	214 (38,0)	1 (0,2)	37 (6,6)	563
Всего	36	132	85	20	149	113	499	65	108	1207

Примечание: В скобках указана представленность интенций в процентах от числа всех интенций каждой из двух групп.

Анализируя дискурс сообщества по сочетанию «референциальный объект и направленная на него речевая интенция», можно выделить ядерные представления группы, или групповые убеждения. Особенность патриотического дискурса исследуемого сообщества в том, что поддержка позитивного образа страны осуществляется в большой степени за счет дискредитации других стран, поиска подтверждений по типу «в других странах тоже плохо» («*Так у дол-*

лара инфляция плохопрогнозируемая тоже. По уровню инфляции доллар и рубль сейчас равны»). Более 15% всех негативных интенций направлено на «Развитые страны», которые находятся на втором месте по этому показателю после объекта «Собеседник» (таблица 16.2). Апологизация России и своей позиции при интерпретации политических событий реализуется в интенциях поддержки, оправдания ситуации и ее анализа («*Ты понимаешь, если у богатых в твоей стране не будет денег, чтобы позволить себе яхту или самолет, то у тебя не будет денег даже на штаны*»; «*Радует что в Азию наращиваются поставки, самое перспективное направление*»). Коммуниканты поддерживают интересы страны как важного игрока на мировой политической арене («*Это как минимум, несправедливо, называть страну, последние несколько сот лет находящуюся в самом центре всех возможных экономических и политических разборок, называть периферийной*»). При этом 14% интенций направлено на защиту позитивного образа России, но поддержка собеседника как союзника и своего сообщества, реализована в большем количестве интенций: эти два объекта занимают первое (38%) и второе (21,7%) место, соответственно. Преобладание на территории сообщества интенций критики и дискредитации имеет место за счет диалогических интенций, направленных на собеседника из числа «чужих». Это соответствует открытости границ данного сообщества и активному взаимодействию на своей территории с «чужими», которые критикуют сложившуюся ситуацию в стране или оспаривают лидерство России в мире («*Специально для туповатых – дивиденды от 50% акций газового хаба в Австрии поступали бы на счета „Газпрома“. Дальше надо объяснять или все таки пошевелите извилинами?*»). Интересно, что в дискурсе представителей «патриотического» сообщества объект «Власть» находится на предпоследнем месте по выраженности, фокус смещен в сторону России как единой страны, хотя критика первой присутствует («*А вот сейчас было больно для наших чиновников, которые многие ездят рожать в США*», – в ответ на новость: «Трамп запрещает гражданство США по праву рождения»).

«Свои» и «чужие»: институциональные и интенциональные способы защиты границ сетевых сообществ

На территории сетевого сообщества было выявлено 39 человек, критикующих ситуацию в России, в силу чего члены патриотичес-

кой подгруппы (119 человек) считают их «чужими». Надо отметить, что слово «патриот» и однокоренные к нему встречаются всего в 8 комментариях из 657, и они имеют только негативные коннотации. Это не связано с тем, кто эти слова употребляет – члены преобладающей «патриотической» подгруппы или их идейные оппоненты. Вне зависимости от убеждений, собеседники избегают в дискуссиях понятия «патриот» и более того, снижают его аксиологический статус («*Цель не в том, чтобы выглядеть патриотично»; «Страну разворовывают патриоты»*). В реплике *«питрииты привычно ищут зраду* (укр. *измена*)» звучит сарказм, о чем свидетельствует искаженное написание слова «патріот». Показательна также незначительная частота такого референциального объекта, как «Народ» или «Россияне».

Некоторые пользователи находят для себя идеологических противников на территории самого изучаемого сообщества: обе стороны доказывают свою позицию, критикуют, дискредитируют оппонента и лишь изредка пытаются выяснить основания их мнения. Многие проявляют активность в комментировании и регулярно выставляют друг другу рейтинг («бросают в карму»), выстраивая границы между «своими» и «чужими». Анализ жизни сообщества позволяет судить о наличии *институциональных правил* ограничения в виде бан-листа – персонального запрета на комментарии. Причины банов, указываемые модераторами, красноречиво свидетельствуют о высокой степени конфликтности идеологического дискурса сообщества (*«оскорбление», «израильская военщина на марше», «тролль»* и др.). Нетерпимо сообщество также к «*ботам»* – авторам или техническим программам, которые публикуют одни и те же повторяющиеся сообщения или регулярно выставляют негативные оценки сообщений без участия в дискуссиях.

В круг «своих» для патриотов входят как отдельные собеседники, так и сообщество в целом (референциальные объекты «Собеседник», «Свое сообщество»). «Чужим» может выступать другое сообщество и собеседник, отличающиеся противоположными взглядами (референциальные объекты «Собеседник», «Чужое сообщество») (таблица 16.3). Последняя группа, как отмечалось выше, на территории сетевого сообщества представлена в меньшинстве.

Было проанализировано 56 атак «чужих» на границы сообщества politics.d3.ru. Вокруг «нападающего» формируется группа защиты от 1 до 7 человек: чаще защитником выступает один человек (20 случаев), реже двое (6 случаев) и более (от 2 до 4 случаев). При за-

Таблица 16.3

Частота интенций субъектов общения, направленных на «своего» и «чужого»

Кто оценивает	Кого оценивают						
	«Свой»			«Чужой»			Всего
	Как оценивают (группы интенций)						
	Критика и/или дискредитация	Поддержка и/или анализ позиции	Всего	Критика и дискредитация	Поддержка и/или анализ позиции	Всего	
«Патриоты»/ politics.d3.ru	52	257	309	162	21	183	492

щите границ своего сообщества участники реализуют интенции, которые соответствуют жанру эристической полемики, когда собеседники пытаются скорее победить, чем переубедить друг друга. При этом возможны *скандалы* – делегитимация собеседника (по типу *«да ты кто такой?»*) и переход на личности (Жельвис, 2001). Право оппонента на серьезную позицию может дискредитироваться (*«А покажи свои лапки вверх, наверное, они смешные»*), достоинство собеседника – умаляться (*«Вы стоите на самой низкой ступени развития... вы еще только формирующееся, слабое в умственном отношении существо»*).

Встречаются также случаи, когда спорщики пытаются конструктивно изложить свою позицию, выяснить доводы собеседника и даже призвать его на свою сторону (последнее – всего 2 случая). Однако основная доля интенций (88,6%), направленных на «чужого» в патриотической группе, принадлежит критике и дискредитации (таблица 16.4). Интенции субъектов общения формируют интенциональные комплексы. Распространены случаи, когда автор что-то пишет «чужому», обращаясь свысока, обнаруживая одновременно, например, интенции пояснить и выразить пренебрежение (*«Надеюсь, вы по такой же логике и так же последовательно оцениваете инициативы Илона нашего Маска»*).

Конструктивные диалоги с «чужими» на территории «патриотов» интересны в силу открытости их границ. В нашем материале один из «хабов» сообщества открыл дискуссию, к участию в кото-

Таблица 16.4
Частота встречаемости интенций критики и дискредитации, направленных на «чужого» в патриотическом дискурсивном сообществе

Интенция/интенциональный комплекс	**Частота встречаемости**
Возразить, критиковать, аргументировать	81
Высмеять, выразить сарказм	23
Пояснить, выразить пренебрежение	17
Унизить	9
Запросить (доказательства)	7
Выразить сомнение	7
Обвинить	3
Указать на ошибку	3
Окоротить	2
Выразить сожаление	0
Другое	10
Всего	162

рой пригласил представителей всех взглядов («*Хотелось бы услышать разные мнения... западников и славянофилов, либералов и консерваторов, левых и правых. Будет здорово, если сами обозначите свои политические взгляды*»).

Согласованность мнений

Рассмотрим оценки пользователей по недиалогическим интенциям, т.е. по направленным на объекты реальности, относительно которых формируются убеждения авторов. Мы исключили повторные и амбивалентные оценки, оставив только «критикующих/дискредитирующих» или только «поддерживающих/анализирующих». Значение в ячейке соответствует количеству высказавшихся определенным образом человек, каждый объект оценивался разными коммуникантами. При этом можно сопоставить представленность референциальных объектов в дискурсе. В целом сохраняется «ядро»: «Россия», «Развитые страны» и «Украина» (таблица 16.5). Референциальный

Таблица 16.5

Количество пользователей,
оценивающих основные референциальные объекты,
в сетевом и дискурсивном сообществе (на «своей» территории)

Референциальные объекты	Участники politics.d3.ru			Только «свои» («патриоты»)		
	Критика и дискредитация	Поддержка и анализ	Всего	Критика и дискредитация	Поддержка и анализ	Всего
Власть	16	6	22	4	6	10
Россия	27	29	56	4	19	23
Европа, США	44	12	56	35	2	37
Украина	32	1	33	31	0	31
Всего	119	48	175	74	27	101

объект «Россия» отличается внутренним содержанием для «своих» и «чужих» (ситуация в стране или Россия как страна на международной арене). На первом месте стоят вопросы, связанные с «Европой, США» (критика и дискредитация), а также «Украиной» (критика и дискредитация) и «Россией» (поддержка и анализ) как участницей международных отношений. Можно отметить, что незначительное число «патриотов» интересуется россиянами, этот референциальный объект не получил самостоятельного выражения и входит в состав объекта «Другое».

Выводы

1. Граф сетевого сообщества является безмасштабным, т. е. степени вершин распределены по степенному закону, что соответствует характеристикам социальных сетей. Небольшое число узлов в безмасштабном графе характеризуются многочисленными связями, а многие узлы имеют лишь небольшое число связей. В крупных узлах графов находятся лидеры мнений, или «хабы» – проводники информации с максимальной степенью вершин (суммарным числом исходящих и входящих ребер – связей между пользователями). Существует прямая корреляция между количеством исходящих и входящих ребер, т. е. авторы, вызыва-

ющие отклик у многих пользователей, сами многих и комментирует.

2. У «патриотов» на первом месте стоят вопросы, связанные с «Развитыми странами» (интенции критики и дискредитации), «Украиной» (интенции критики и дискредитации) и «Россией» как участницей международных отношений (интенции, связанные с поддержкой, защитой и анализом ситуации). Характерно, что такой объект, как «Россияне», не выражен в сообществе, с ним нет солидаризации, что говорило бы о более выраженной гражданской идентичности.
3. В сетевом сообществе politics.d3.ru преобладает дискурсивное патриотическое сообщество. Основную долю речевых интенций составляет критика и дискредитация, но их выраженность объясняется за счет диалогических интенций, направленных на собеседника, что соответствует открытости границ данного сообщества, и активным взаимодействием с «чужими» на своей территории.
4. В ходе идеологических столкновений участники реализуют одиночные и групповые тактики, которые соответствуют жанру эристической полемики: они стремятся победить, а не переубедить собеседника. Наиболее распространенные случаи реализуются в интенциональных комплексах – сочетаниях *возразить, критиковать, аргументировать* и *высмеять, унизить*.
5. После удаления повторных и амбивалентных оценок комментаторов из анализа сохранилась картина убеждений для представителей каждого дискурсивного сообщества. То есть оценки, полученные в результате анализа дискурса, не могли быть смещены какими-либо активными комментаторами и по дискурсу сообщества можно судить о групповых убеждениях.

ГЛАВА 17

Цифровые следы и прогнозирование психологических характеристик человека

Активное проникновение современных информационных и коммуникативных технологий во многие сферы жизни человека ставит перед учеными задачу изучения их влияния на различные стороны жизнедеятельности людей (Психологические исследования глобальных процессов..., 2018). Данная проблематика получила определенное, хотя явно недостаточное, освещение в современных публикациях (Виленская, 2019). Следует отметить коллективную монографию «Психологические исследования в интернет-пространстве», рассматривающую как теоретико-методологические проблемы изучения психологических явлений в интернет-пространстве, так и актуальные исследования с использованием цифровых технологий (Психологические исследования..., 2020). Анализируются также позитивные и негативные последствия влияния больших данных на общество, социальные науки и психологическое знание (Нестик, Журавлев, 2019), интернет-технологии, используемые для трансформации массового сознания и поведения (Соснин, 2018), психологические особенности коллективного творчества в сетевых сообществах (Журавлев, Нестик, 2016), лингвосемантические характеристики коммуникативного поведения молодежи в социальных сетях (Никитина и др., 2017).

В настоящее время одной из наиболее динамично развивающихся областей психологии является так называемая «цифровая психометрика» (Matz et al., 2017b). В ее рамках решаются задачи прогнозирования психологических характеристик человека на основании его цифровых следов (текстов в социальных сетях, размещаемых и выбираемых изображений, особенностей интернет-серфинга, данных

о телефонных звонках и др.). В настоящее время отсутствует общепринятое наименование для научного направления, в рамках которого осуществляется решение вышеуказанных задач. Для его определения используются различные термины: цифровая психометрика (digital psychometrics) (Matz et al., 2017b), психологическая информатика (psycho-informatics) (Markowetz et al., 2014). Мы в данной работе для обозначения указанной области используем термин «цифровая психометрика».

Ежедневно миллионы людей посещают различные сайты, пишут тексты и размещают фото в социальных сетях, ставят лайки, совершают и получают телефонные звонки, т. е. оставляют так называемые «цифровые следы». Накапливаются огромные массивы данных, отображающих поведение людей в виртуальном мире. Развитие технологий сбора и обработки такой информации предоставляет новые, впечатляющие возможности изучения человеческой психики, открывая, по сути, новую страницу в психологии. Одним из таких недавно возникших направлений исследования является прогнозирование индивидуально-психологических особенностей человека на основании его цифровых следов. При помощи специальных алгоритмов удается с большой точностью выявлять черты личности, мотивы, ценности и др. (Azucar et al., 2018; Guntuku et al., 2017; Kalimeri et al., 2019).

Разработка конкретного алгоритма прогнозирования психологических характеристик на основании цифровых следов или, более кратко, алгоритма цифровой психометрики включает два этапа. На первом этапе происходит сбор тех или иных видов цифровых следов (например, текстов) респондентов, а также диагностика их психологических характеристик (например, личностных черт «Большой пятерки»). На втором этапе посредством различных математических процедур выясняется, как взаимосвязаны две вышеуказанные группы данных. Используются как относительно простые (корреляционный анализ) (Yarkoni, 2010), так и довольно сложные способы обработки данных – различные варианты машинного обучения: нейронные сети, метод опорных векторов и др. (Azucar et al., 2018; Stachl et al., 2019). Итогом математической обработки данных становится набор правил, с помощью которых и происходит прогнозирование психологических характеристик на основании цифровых следов.

Использование цифровых следов для прогнозирования психологических характеристик

В настоящее время в психологии наблюдается ощутимый рост количества исследований, посвященных цифровым следам личности. Активизация интереса ученых к данной проблематике обусловлена совокупным действием нескольких факторов: логикой развития психологической науки и появлением новых научных фактов, развитием методик сбора и обработки больших массивов данных, запросами практики.

Во многих работах были выявлены устойчивые взаимосвязи между индивидуально-психологическими характеристиками и поведением людей в сети Интернет. Так, черты личности влияют на уровень общей интернет-активности человека, количество друзей в социальных сетях, используемую лексику (Kuss, Griffiths, 2011; Schwartz et al., 2013). Кроме того, многочисленные исследования указывают на связь языка с различными психологическими характеристиками (чертами личности, эмоциональными состояниями и др.) (Tausczik, Pennebaker, 2010). Поскольку данных о подобных взаимосвязях становилось все больше, у ученых естественно возник вопрос: если личность влияет на различные виды активности человека в сети, то нельзя ли, используя цифровые следы, «реконструировать», выявлять его личностные черты, эмоциональное состояние и другие психологические характеристики? Развитие технологий сбора и обработки цифровых данных создало для ответа на этот вопрос реальные основания.

Прогнозирование психологических характеристик по цифровым следам, помимо чисто научного интереса, имеет и большое прикладное значение. Дело в том, что опыт проведения рекламных кампаний в бизнесе и политике, а также кампаний по профилактике заболеваний и борьбе с вредными привычками свидетельствует о значимости учета личностных особенностей аудитории (Ding, Pan, 2016; Franks et al., 2009; Noar et al., 2007). В психологии также накоплены многочисленные данные о влиянии индивидуально-психологических характеристик (личностных черт, мотивации, эмоционального состояния и др.) объекта воздействия на его эффективность (Латынов, 2013; Hullett, 2005). Так, отмечается повышение эффективности воздействия при совпадении характера используемой аргументации и личностных особенностей индивида, на которого она направлена (Moon, 2002).

Выявление личностных особенностей аудитории рекламных кампаний – задача крайне сложная и затратная, а порой и невыполнимая. При помощи же цифровых следов можно осуществлять их диагностику буквально за несколько часов или дней. Таким образом, появление технологий диагностики личности по цифровым следам открывает для таких кампаний новые возможности в плане повышения их эффективности.

Прогнозирование индивидуально-психологических характеристик осуществляется на основании самых разных видов цифровых следов. Чаще всего для решения указанной задачи применяется текстовая информация из различных источников (профилей пользователей, блогов, твиттов и др). Реже используются изображения (фото из профилей, изображения, размещаемые пользователями в сети), характеристики интернет-серфинга, характер и длительность телефонных звонков, метаданные. В отдельных работах применяются и другие виды цифровых следов: «лайки» (мне нравится), финансовые транзакции, изменение местоположения человека.

Основным источником цифровых следов выступают социальные сети (Фейсбук, Твиттер, Инстаграм, китайский сайт микроблогов Sina Weibo и др.). Реже используются базы данных телекоммуникационных компаний и специальные программы на электронных гаджетах людей.

На основании цифровых следов чаще всего осуществляется прогноз личностных черт (в основном это черты, относящиеся к так называемой «Большой пятерке»: открытость опыту, добросовестность, экстраверсия, дружелюбие, нейротизм) и эмоциональных состояний (тревоги, депрессии и др.) (Azucar et al., 2018; Park et al., 2015). Существенно реже прогнозируются другие психологические характеристики: ценности, мотивы, интеллект, психологическое благополучие человека (Kalimeri et al., 2019; Kosinski et al., 2013).

Отдельную группу составляют исследования, в которых с помощью цифровых следов осуществляется прогноз непосредственно поведения (например, оплата кредитов и сотовой связи, совершение преступлений и др.) (Doyle et al., 2019; Drouin et al., 2018; San Pedro et al., 2015).

Перейдем к более подробному рассмотрению конкретных направлений основанного на цифровых следах прогнозирования. Наибольшие успехи достигнуты при выявлении с их помощью черт личности человека (Azucar et al., 2018). Как правило, это черты «Большой

пятерки», однако следует упомянуть и работы по «цифровой» диагностике такой черты, как поиск ощущений, а также личностной типологии Майерс-Бриггс (Gjurkovic, Snajder, 2018; Schoedel et al., 2019). Для некоторых черт (открытость опыту) точность прогнозирования приближается к значениям, характеризующим ретестовую надежность шкалы, эту черту измеряющую (Kosinski et al., 2013).

Чаще всего для прогнозирования психологических характеристик используются текстовые сообщения, размещаемые пользователями в Интернете (Farnadi et al., 2016; Golbeck, 2016; Schwartz et al., 2013). Среди работ подобного плана следует отметить исследование Т. Яркони, который используя тексты блогеров, с высокой точностью «реконструировал» их личностные особенности (Yarkoni, 2010). Для каждой личностной черты он выделил группы слов, наиболее сильно связанных со значениями шкал опросника «Большой пятерки». Приведем несколько примеров такого рода взаимосвязей, где положительные корреляции обозначены (+), отрицательные – (–). Добросовестность: *настойчивость, дисциплина, снэк, овощи* (+), *кровавый, солдат, глупый* (–); экстраверсия: *бар, концерт, толпа* (+), *книги, кошки, компьютер* (–); дружелюбие: *прекрасный, чувства, радость* (+), *идиот, сексуальный, глупый, насилие* (-); нейротизм: *раздраженный, стресс, ужасный* (+), *земля, гора, дорога* (–); открытость опыту: *культура, фильмы, луна* (+), *ненавидеть, молитва, умолять* (–).

При ориентированном на лексику прогнозировании личностных черт используются два основных подхода к анализу текстов. Один, назовем его фиксированным (closed-vocabulary), использует ограниченный словарь лексики, а другой, открытый (open-vocabulary) – неограниченный словарь лексики. В случае фиксированного подхода изначально задается некоторый набор слов и категорий, взаимосвязь которых с личностными чертами выявляется. Наиболее известная реализация такого подхода – программа Linguistic Inquiry and Word Count (Tausczik, Pennebaker, 2010). Эта программа подсчитывает количество слов, относящихся более чем к 60 категориям (в зависимости от версии программы количество категорий менялось). Например, в категорию «аффективные процессы» входят такие слова, как *счастливый, плачущий, нервный,* в категорию «социальные процессы» – *супруг, друг, разговор.* Фиксированный подход вполне успешно используется для прогнозирования личностных черт (Golbeck et al., 2011; Yarkoni, 2010).

Несмотря на то что фиксированный подход показал свою эффективность при решении задач прогнозирования психологических характеристик, в настоящее время все большую популярность приобретает открытый подход (Park et al., 2015; Schwartz et al., 2013). В отличие от использования фиксированного, в случае открытого подхода отсутствует заранее заданный список слов, корреляции которых с личностными чертами пытаются найти. Слова – предикторы личностных черт обнаруживаются непосредственно в ходе анализа текстов. Как показали исследования, открытый подход более эффективен при прогнозировании личностных черт по сравнению с фиксированным (Arnoux et al., 2017; Schwartz et al., 2013).

Кроме текстов, все чаще для прогноза личностных черт используется визуальный материал – фото пользователей, а также изображения, размещаемые и выбираемые ими в сети (Cucurull et al., 2018; Liu et al., 2016). На начальном этапе в исследованиях такого рода точность прогнозирования была несколько ниже, чем при использовании лексики (Celli et al., 2014). Однако в дальнейшем она выросла, и в настоящее время эти два подхода (ориентированный на лексику и визуально-ориентированный) демонстрируют примерно одинаковые результаты (Azucar et al., 2018).

Так, Г. Кукурул с соавторами на основании размещенных в Инстаграме изображений успешно прогнозировали личностные черты «Большой пятерки» (Cucurull et al., 2018). Для каждой из личностных черт был выделен наиболее характерный набор изображений. Приведем несколько примеров обнаруженных взаимосвязей. Открытость опыту: книги, луна, небо (+), изображения на темы любви (–); добросовестность: еда (+), люди (–); экстраверсия: большие скопления людей (+), кошки, книги, вязаные предметы одежды (–); дружелюбие: цветы (+), обнаженные торсы, а также изображения, включающие текст (–); нейротизм: животные (+), пейзажи (–).

Помимо изображений и лексики, «реконструкция» личностных черт возможна и на основании других видов цифровых следов. Наиболее известной работой такого плана является исследование М. Косински с соавторами (Kosinski et al., 2013). Эти ученые, используя «лайки» (мне нравится) в Фейсбуке, с высокой точностью прогнозировали как социально-демографические (пол, национальность, возраст, сексуальную ориентацию), так и психологические характеристики (черты личности, интеллект, удовлетворенность жизнью).

Для прогноза личностных черт используются также особенности интернет-серфинга человека (Kosinski et al., 2014), структура социальных связей в социальных сетях (Quercia et al., 2011), характер его финансовых транзакций (Gladstone et al., 2019), а также данные, касающиеся использования смартфона (Stachl et al., 2019).

В ряде работ предпринимались попытки прогнозировать не только черты (шкалы) «Большой пятерки», но и так называемые фасеты (подшкалы), из которых эти черты состоят (Park et al., 2015; Stachl et al., 2019; Yarkoni, 2010). В целом подобные попытки оказались успешными: цифровые следы позволяли предсказывать большую часть фасет. Вместе с тем следует отметить, что у каждой из черт было по 1–2 плохо прогнозируемой фасете.

Какую же личностную черту лучше всего удается прогнозировать? Следует отметить, что в зависимости от того, какие цифровые следы и из каких источников использовались, успешность прогноза личностных черт различалась. Так, М. Косински и соавт., используя «лайки» в социальной сети (Фейсбук), наиболее успешно предсказывали открытость опыту и экстраверсию (Kosinski et al., 2013). М. Сковрон и соавт., используя лексику и данные профиля в Твиттере и Инстаграме, лучше всего прогнозировали добросовестность и открытость опыту (Skowron et al., 2016). У Г. Фарнади с соавт., опиравшихся на тексты пользователей, самыми предсказуемыми чертами оказались экстраверсия, добросовестность и нейротизм (Farnadi et al., 2016).

По данным метаанализа, проведенного Д. Азукаром с соавт., черты по степени успешности их прогнозирования расположились следующим образом (от наиболее успешных к наименее): экстраверсия, открытость опыту, добросовестность, нейротизм, дружелюбие (Azucar et al., 2018). Однако это некоторая общая тенденция, поскольку, как мы видим, имеет место довольно сильный разброс в точности прогнозирования от черты к черте в различных исследованиях.

Поскольку работ по этой тематике относительно немного (несколько десятков), а используемые в них цифровые следы очень разнообразны, то указать точную причину различия результатов довольно сложно. Можно высказывать лишь более или менее обоснованные предположения по этому поводу. Возможно, дело в том, что для каждой черты существует свой набор цифровых следов, с помощью которых она лучше всего прогнозируется. Так, интеллектуализм и культурная ориентированность, присущие лицам с высоким уров-

нем открытости опыту, будут, скорее всего, отражаться в их текстовой продукции и предпочтениях («лайках»). Энергичность и общительность экстравертов – в показателях, касающихся активности и широты общения в социальных сетях.

Обратившись к результатам конкретных исследований, мы найдем определенные подтверждения высказанной выше гипотезе (Azucar et al., 2018). Так, в большинстве ориентированных на лексику работ такая черта, как открытость опыту, действительно прогнозируется весьма успешно. В исследованиях с использованием различных показателей активности хорошо прогнозируемой оказывается экстраверсия.

Помимо личностных черт, с помощью цифровых следов возможен прогноз и эмоциональных состояний человека (тревоги, депрессии и др.) (Guntuku et al., 2017; Tsugawa et al., 2015). Для их выявления используются, как и в случае личностных черт, самые разные цифровые следы: тексты, визуальный материал (фото профиля в социальных сетях, размещаемые в сети изображения, оценки картинок других людей), особенности звонков по сотовому телефону, изменения местоположения и др. В целом точность прогноза эмоциональных состояний несколько ниже, чем личностных черт, однако полученные в исследованиях корреляции также являются высокозначимыми ($p<0,01$).

Так, используя тексты пользователей Фейсбука, удалось успешно выявлять наличие у людей депрессии (Schwartz et al., 2014). В другой работе, уже на визуальном материале (анализировались фото в профиле пользователей, а также размещаемые ими в сети изображения), была получена вполне приемлемая точность прогноза эмоциональных состояний (Guntuku et al., 2019). Было обнаружено, что фото в профиле депрессивных людей имеет меньше признаков хорошего настроения (изображений улыбок и смеха), они эмоционально нейтральны и менее экспрессивны, изображение часто размыто, на фото, как правило, отсутствуют другие люди. В размещаемых изображениях особенно значимым было не то, что в них присутствовало (например, животные или отрывки фраз), а то, что отсутствовало: картины праздников, спорта, разного рода развлечений и т. п., словом, всего того, что приносит радость.

Кроме того, обращало на себя внимание отсутствие в визуальной продукции депрессивных прямых, непосредственных индикаторов депрессии: слез, плача, плохого настроения и т. п. Получает-

ся, что депрессивные люди стараются избегать размещения в Сети «откровенно-депрессивных» фотографий. О своей депрессии они сигнализируют косвенным образом – не размещая картинок, демонстрирующих позитивные эмоции и события, а также изображений, такие эмоции вызывающих (праздники, спортивные соревнования и т. п.).

Авторы исследования связывают подобную особенность самовыражения депрессивных людей с действием культурных норм. Во многих странах принято поддерживать свой позитивный образ в глазах других («Я о'кей»), открытое же выражение плохого настроения не приветствуется. Культурные нормы – важный момент, который необходимо учитывать при исследовании. Скорее всего, в странах (например, в России), где подобные нормы не столь сильны и отсутствует табу на выражение депрессии, ее индикаторы будут несколько иными.

Прогноз эмоционального состояния возможен и на основании данных, касающихся пользования мобильной связью. Так, снижение количества звонков и sms-сообщений, а также специфические паттерны изменения местоположения оказались связаны с переживанием депрессии (Madan et al., 2010; Saeb et al., 2016). Осуществляется прогноз настроения и на основании совокупности различных цифровых следов: частоты и длительности телефонных звонков, смс-сообщений, характера использования приложений в смартфоне, истории веб-серфинга и данных об изменении местоположения (LiKamWa et al., 2013).

При помощи цифровых следов (главным образом текстов) прогнозируют и ценности человека, для диагностики которых, как правило, используется опросник Ш. Шварца (Boyd et al., 2015; Gou, 2015; Wilson et al., 2016). Точность прогнозирования ценностей несколько ниже, чем личностных черт и эмоциональных состояний. Подобные результаты, по-видимому, обусловлены особенностями самого понятия «ценности»: по сравнению с чертами личности и состояниями оно более обобщенное и абстрактное. Кроме того, влияние ценностей на поступки и суждения людей проявляется в более узком спектре ситуаций (например, при принятии достаточно важных решений) (Kalimeri et al., 2019).

Как показали исследования, ценности лучше всего прогнозируются на основании текстов, в которых обсуждаются связанные с ними темы (что для человека важно, какие у него жизненные це-

ли и т. п.) (Wilson, 2019). Поскольку основная масса сообщений в социальных сетях слабо связана с указанной проблематикой, неудивительно, что основанные на них прогнозы ценностей не обладают высокой точностью.

Применительно к данной проблематике следует отметить исследование С. Вилсона с соавторами, представляющее собой одну из первых попыток анализа кросс-культурных аспектов цифровой психометрики (Wilson et al., 2016). Авторы просили респондентов из США и Индии описать свои личные ценности, а также рассказать о том, чем они занимались на прошлой неделе. Затем при помощи специальной программы Meaning Extraction Method определялось, какие темы встречаются в полученных текстах, а также выяснялось, имеются ли взаимосвязи между темами из текстов о личных ценностях и темами из текстов о ежедневных занятиях.

Хотя было обнаружено много значимых корреляций как в американской, так и в индийской выборках, однако общего в корреляционных матрицах этих выборок было довольно мало (менее 10% одинаковых корреляций). Обнаруженные в этом исследовании кросс-культурные различия указывают на важность учета культурной составляющей при изучении цифровых оснований психологических характеристик.

Цифровые следы используются и для прогнозирования удовлетворенности жизнью (Kosinski et al., 2013). Как показали исследования, его точность оказалась ниже, чем в случае личностных черт, ценностей и эмоциональных состояний. Подобные результаты, по-видимому, связаны с тем, что удовлетворенность жизнью конкретного человека – величина динамическая, постоянно изменяющаяся под воздействием различных жизненных обстоятельств. Цифровые же следы, используемые для ее прогнозирования, накапливаются в течение довольно продолжительного времени (несколько месяцев и даже лет) и поэтому отражают скорее некоторый средний уровень удовлетворенности жизнью в прошлом. В силу этого они плохо подходят для прогнозов, поскольку не могут учитывать будущие изменения жизненной ситуации человека.

При помощи цифровых следов пытаются прогнозировать также мотивы и моральные установки (moral foundations) людей (Gou, 2015; Kalimeri et al., 2019). Поскольку таких работ очень мало, то делать какие-либо выводы о точности прогноза указанных характеристик еще рано.

Что же повышает успешность прогноза психологических характеристик? Прежде всего, это применение нескольких видов цифровых следов (Wei et al., 2017). Например, в работе Л. Вендлэнд с соавт. показано, что совместное использование текстов и изображений заметно улучшало точность прогноза личностных черт «Большой пятерки» по сравнению с обособленным применением указанных цифровых следов (Wendlandt et al., 2017). Метаанализ, проведенный Д. Азукаром и соавт., также показал, что интеграция нескольких видов цифровых следов увеличивает точность прогнозирования (Azucar et al., 2018). Наиболее выраженной эта закономерность оказалась для таких черт, как открытость опыту, добросовестность и нейротизм. Еще одним способом повышения точности «цифровой» диагностики является использование дополнительных характеристик (как правило, это пол и возраст), которые пользователи сообщают о себе.

На успешность прогнозирования психологических характеристик влияет и способ математической обработки данных (Stachl et al., 2019). Применение различных математических процедур на одном и том же массиве данных нередко дает значительно отличающиеся результаты. Так, в работе П. Арну с соавт., в которой на материале текстов из Твиттера осуществлялся прогноз личностных черт, показано, что при выборе более эффективных процедур сбора и обработки данных достигается значительное увеличение точности прогноза (Arnoux et al., 2017). Для его оценки использовался коэффициент корреляции Пирсона между реальным и прогнозируемым значением по каждой из пяти личностных черт. Усредненный коэффициент корреляции для пяти шкал составил 0,33, что на 33% выше, чем при использовании менее совершенного алгоритма.

О важности процедуры обработки данных свидетельствует и исследование Г. Кукурула и соавт. Эти ученые на материале размещаемых в Инстаграме изображений с использованием нейронных сетей с различной архитектурой прогнозировали личностные черты (Cucurull et al., 2018). Оказалось, что по сравнению с худшим лучший алгоритм обработки данных значительно увеличивал точность прогнозирования личностных черт: с 62,9 до 71,9% (усредненные данные для пяти личностных черт). В этом исследовании использовался так называемый бинарный критерий успешности прогнозирования. При его применении значения испытуемых по каждой шкале выстраиваются по величине балла, а затем вся выборка делится на две равные по количеству группы: с высокими и с низки-

ми значениями. Оценивается, насколько точно процедура обработки данных прогнозирует попадание испытуемых в ту или иную группу. Подобным образом, например, оценивается точность прогноза пола и других бинарных переменных. В случае «бинарного» критерия значение в 50% соответствует случайному угадыванию, а 100% – абсолютно точному прогнозу.

Каковы же перспективы психологических исследований цифровых следов? Ученые весьма оптимистично оценивают будущее исследований по данной проблематике (Boyd, Pennebaker, 2017; Stachl et al., 2019). Прежде всего, следует ожидать возрастания точности прогнозирования психологических характеристик. Прогресс в данном направлении связан как с применением новых методов обработки данных (например, алгоритмы машинного научения), так и с более широким использованием других видов цифровых следов (изображений, особенностей интернет-серфинга, телефонных звонков и др.).

Современные исследования цифровых следов проводятся главным образом на материале стран Запада, однако в будущем следует ожидать расширения их географии. Это позволит понять кросс-культурную специфику отражения личности в цифровых следах. О том, что кросс-культурные различия будут иметь место, свидетельствуют некоторые результаты исследований по данной проблематике (Wilson et al., 2016). В настоящее время в силу небольшого количества исследований трудно понять, в каких социальных сетях цифровые следы наилучшим образом подходят для «реконструкции» психологических характеристик. В будущем следует ожидать роста «кросс-платформенных» исследований по данной тематике.

Как известно, социальные сети с выраженным визуальным компонентом (Инстаграм, Пинтерест) развиваются быстрее, чем традиционные, текстовые (Фейсбук, Твиттер). Это повышает актуальность изучения цифровых следов визуального характера (картинки, видео) для прогноза личностных характеристик. Совершенствование компьютерных алгоритмов анализа изображений создает для этого методическую основу. В ближайшие годы ожидается рост количества исследований в этом направлении. Еще одной особенностью будущих исследований станет совместное использование нескольких видов цифровых следов для прогнозирования психологических характеристик. В наши дни такого рода работы встречаются нечасто, хотя их результаты внушают оптимизм: интеграция цифровых следов существенно увеличивает точность прогноза (Wei et al., 2017).

Стратегии и направления практического применения алгоритмов цифровой психометрики

Впечатляющие достижения, связанные с разработкой основанных на цифровых следах алгоритмов прогнозирования, побуждают задуматься о перспективах их прикладного применения. Возможны две стратегии использования алгоритмов цифровой психометрики в практических целях. Одна из них основана на выявлении с их помощью индивидуально-психологических особенностей (личностных черт, ценностей, эмоциональных состояний и т. п.) с последующим использованием полученной информации для решения прикладных задач, другая заключается в использовании цифровых следов непосредственно для прогноза поведения людей в реальной жизни.

Рассмотрим каждую из этих стратегий. Как мы уже отмечали, первая стратегия ориентирована на выявление с помощью цифровых следов индивидуально-психологических характеристик с последующим использованием полученных данных на практике. К настоящему времени в психологии и смежных науках (политологии, профилактической медицине и др.) накоплен огромный массив данных, касающихся влияния психологических характеристик (личностных черт, ценностей, эмоциональных состояний и др.) на суждения и поведение людей (Cichocka, Dhont, 2018; Krebs et al., 2010). Однако их широкое применение на практике затруднено из-за сложностей диагностики этих характеристик в реальных условиях жизни.

С появлением основанных на цифровых следах алгоритмов возможности психодиагностики существенно расширяются. Прежде всего, с их помощью значительно упрощается сбор данных о психологических особенностях людей. Если раньше необходимо было получать личное согласие респондентов на заполнение специальных опросников, то в эпоху цифровой психометрики подобного согласия не требуется, как нет и необходимости в использовании самих опросников. Значительно ускоряется время сбора данных. Всего за считанные часы или даже минуты можно получить информацию о личностных особенностях тысяч человек.

Современные алгоритмы цифровой психометрики открывают доступ к практическому применению психологических данных, ранее имевших лишь чисто научное значение. Например, уже десятки лет исследуются закономерности влияния психологических особенно-

тей объекта воздействия на эффективность воздействия (Психологическое воздействие..., 2012; Hirsh et al., 2012). Для многих личностных черт разработаны и экспериментально проверены «рецепты» эффективного воздействия, т. е. правила в отношении того, какие психологические механизмы надо использовать для оказания воздействия на лиц того или иного типа (экстравертов, интровертов и т. п.) (Alkış, Temizel, 2015; Orji, 2016). Но поскольку в реальности довольно сложно протестировать аудиторию, на которую будет направлено воздействие, то их практическое применение носило весьма ограниченный характер. Алгоритмы цифровой психометрики существенно упрощают эту задачу, что открывает широкие возможности в плане повышения эффективности разного рода рекламных кампаний.

Конкретизируем сказанное на примере такой личностной черты, как дружелюбие. Установлено, что оно связана с просоциальным поведением: дружелюбные люди чаще занимаются благотворительностью и более позитивно реагируют на просьбы о помощи (Yarkoni et al., 2015). Выявив посредством «цифровой» диагностики наличие у человека этой черты, благотворительные организации могут не просто обращаться к нему с просьбой о пожертвовании, но и надеяться на позитивный ответ.

Вторая стратегия практического применения цифровой психометрики предполагает использование цифровых следов непосредственно для прогноза поведенческих реакций людей в конкретных ситуациях. Например, в качестве оснований для подобного прогноза может выступать детальная информация о звонках с сотового телефона за определенный период (Doyle et al., 2019). С ее помощью удалось спрогнозировать точность оплаты (отсутствие задолженностей) сотовой связи. Данные о телефонных звонках используются и для предсказания вероятности дефолта по кредиту (San Pedro et al., 2015). Причем точность такого прогноза оказалась выше, чем у прогноза, основанного на традиционно используемой банками методике оценки рисков.

Дефолт по кредитам можно с успехом предсказывать и с опорой на данные, полученные из социальных сетей (Ge et al., 2017). С опорой на лексику, используемую в социальных сетях, удается прогнозировать рецидивы преступлений (Drouin et al., 2018). Стоит упомянуть об исследованиях, в которых цифровые следы используются для выяснения того, насколько достоверна обнаруженная в Сети информации (Tschiatschek et al., 2018).

Алгоритмы прогнозирования психологических характеристик по цифровым следам могут быть использованы во многих областях жизни общества: политике, экономике, здравоохранении и др. Рассмотрим основные направления их применения в указанных областях.

В сфере политики алгоритмы цифровой психометрики будут, скорее всего, наиболее востребованы при проведении избирательных кампаний. В последние годы такие кампании становятся все более персонализированными, т. е. учитывающими индивидуальные особенности избирателей (Raynauld, Turcotte, 2018). Вводится даже специальный термин «микротаргетирование» или «микротаргетированные кампании».

Важнейшим элементом таких кампаний является сбор самых разных данных об избирателях. В этот список входят: политические предпочтения, вероятность участия в выборах, личностные особенности, наиболее значимые для человека темы кампании (например, экономика, социальная политика, безопасность и др.) и др. На основании собранной об избирателях информации выделяются отдельные группы, объединенные некоторым общим признаком или признаками. В дальнейшем предвыборная агитация в их адрес организуется таким образом, чтобы ее форма и содержание соответствовали индивидуальным особенностям входящих в такие группы избирателей.

Микротаргетирование, например, активно использовалось в предвыборных кампаниях Б. Обамы 2008 и 2012 гг. А его применение организаторами предвыборной кампании Д. Трампа даже спровоцировало скандал, связанный с несанкционированным использованием данных пользователей Фейсбука компанией Cambridge Analytica. Как показывают исследования, микротаргетированные кампании более эффективны, чем традиционные, ориентированные на охват широкой аудитории (Madsen, Pilditch, 2018).

Возможности микротаргетирования были продемонстрированы и в работе Л. Кротзека (Krotzek, 2019). Этот ученый, выявив личностные особенности избирателей, постарался соответствующим образом адаптировать обращенную к ним политическую рекламу. Такого рода персонализированная реклама оказалась более эффективной по сравнению с неперсонализированной: в случае конгруэнтности личностных особенностей избирателей и сообщений в поддержку политика достигалось более позитивное к нему отношение.

Использование алгоритмов цифровой психометрики позволяет существенно облегчить и ускорить сбор данных об избирателях. С их помощью можно выявлять многие из характеристик, необходимых для организации микротаргетированных кампаний. Например, на основании разных видов цифровых следов (текстов, «лайков», мета-данных) можно прогнозировать политические предпочтения людей (Kosinski et al., 2013).

Весьма полезна для организаторов кампаний будет и информация о личностных чертах избирателей, полученная посредством цифровой диагностики. Дело в том, что есть много данных, касающихся их взаимосвязи с политическим поведением (Cichocka, Dhont, 2018). Так, на материале нескольких стран (США, Германии, Дании) обнаружена личностная обусловленность голосования за популистские партии (Bakker et al., 2016). Общее в программе таких партий – противопоставление продажной, коррумпированной, думающей только о себе элиты и хороших простых людей, ею эксплуатируемых. Выяснилось, что подобная картина мира находит отклик у избирателей определенного психологического типа. Речь идет о людях с низким уровнем такой личностной черты, как дружелюбие, что свидетельствует об эгоизме, враждебности и недоверии по отношению к окружающим, низких толерантности и кооперативности. В сфере политики они склонны не доверять политикам, обнаруживают низкую политическую эффективность, а также чаще верят в разного рода конспирологические теории. Результаты этого исследования свидетельствуют о том, что на так называемых «недружелюбных» лиц эффективно действует предвыборная агитация, упрощающая представления о политике и обществе.

Помимо «внутриполитического» применения алгоритмов цифровой психометрики, возможно их использование при проведении так называемых психологических операций (Sartonen et al., 2017). Так, вводится понятие «киберличности», включающее всю совокупность цифровых следов, связанных с конкретным человеком. Выделяются иерархические уровни ее структуры (физический, синтаксический, семантический и др.). По мнению М. Сартонена с соавт., это создает основу для использования индивидуально ориентированных тактик воздействия, что позволяет существенно повысить эффективность психологических операций.

Кроме политики, алгоритмы цифровой психометрики могут использоваться в сфере маркетинга, в частности, для повышения эф-

фективности воздействия рекламы. Ранее (в «доцифровую» эпоху) в экспериментах неоднократно было продемонстрировано влияние личностных особенностей объекта рекламного воздействия на эффективность этого воздействия (Латынов, 2013; Психологическое воздействие..., 2012). Из-за трудностей выявления личностных характеристик аудитории, к которой обращена реклама, применение указанных закономерностей на практике было сильно затруднено.

В настоящее время в связи с появлением многочисленных алгоритмов прогнозирования личности по цифровым следам открываются новые возможности их практического применения. Современные исследования, в которых диагностика личностных черт объекта рекламного воздействия осуществлялась на основании цифровых следов, демонстрируют обнадеживающие результаты (Chen et al., 2015; Matz et al., 2017).

Важное прикладное значение имеет и тот факт, что при помощи цифровых следов можно выявлять эмоциональное состояние человека. Дело в том, что в психологии накоплены многочисленные данные о влиянии состояния человека – объекта воздействия на эффективность воздействия (Hullett, 2005). Так, человек, находящийся в позитивном эмоциональном состоянии, более восприимчив к аргументам, сформулированным позитивно («если вы бросите курить, сможете дольше прожить»), а человек грустный и депрессивный – к аргументам, сформулированным негативно («если вы не бросите курить, то рано умрете»). Установлено также, что переживание негативных эмоций, как правило, стимулирует проведение систематического анализа поступающих сообщений, что делает человека более подверженным воздействию в тех случаях, когда ему предъявляются «сильные» (т. е. веские, доказательные) аргументы в поддержку некоторого тезиса.

Цифровая психометрика, со своей стороны, обладает многочисленными алгоритмами диагностики эмоциональных состояний на основании самых разных цифровых следов: текстов, визуального материала (фото профиля в социальных сетях, размещаемых в сети изображений и их оценок), особенностей звонков по сотовому телефону, изменений местоположения и др. (Guntuku et al., 2019; Saeb et al., 2016). Наличие таких алгоритмов позволяет персонализировать рекламное воздействие с учетом не только личностных особенностей адресата, но и его эмоционального состояния.

Еще одно направление маркетингового применения цифровой психометрики связано с психографической сегментацией потребителей, т. е. выделением в их общей массе отдельных подгрупп, различающихся характером потребительских привычек (Liu et al., 2019). Такая сегментации может основываться на интересах, ценностях, установках, личностных чертах. Психографическая сегментация используется для оценки предпочтений потребителей и прогноза их поведения.

Алгоритмы цифровой психометрики могут быть использованы и в медицине. Одно из направлений их применения в этой области связано с выявлением лиц, страдающих тем или иным заболеванием, но не получающих лечения. Особенно это актуально в отношении психических болезней. Ведь многие люди с подобными расстройствами просто не обращаются за помощью в силу ряда причин (сниженной мотивации, страха стигматизации, отсутствия веры и надежды на излечение). Полученная на основании цифровых следов информация может использоваться для предложения таким лицам помощи специалистов. Проведенные исследования позволяют с оптимизмом оценивать перспективы данного направления. Это связано со значительным прогрессом, достигнутым в сфере «цифровой» диагностики депрессивных расстройств и других психических заболеваний (Mohr et al., 2017).

Помимо эмоциональных расстройств, с помощью цифровых следов (текстовые сообщения из Твиттера), удается предсказывать суицидальные попытки (Jashinsky et al., 2014). Суицидальная идеация (мысли о самоубийстве или излишняя озабоченность самоубийством) оказалась связана с дистанцированием от окружающих, слабой координацией с социумом, низкой социальной вовлеченностью, проявлениями настроений безнадежности, тревоги, и одиночества (De Choudhury et al., 2016). Цифровые следы могут использоваться и для контроля состояния больных и оценки эффективности лечения (Mohr et al., 2017).

Еще одно направление применения основанных на цифровых следах алгоритмов в медицине связано с проведением кампаний по борьбе с вредными привычками и профилактике заболеваний. Появление таких алгоритмов открывает новые перспективы широкого использования в этих кампаниях так называемого персонализированного воздействия. Подобное воздействие предполагает учет индивидуальных особенностей объекта воздействия, таких,

например, как пол, возраст, профессия, этническая принадлежность, интересы, ценности, личностные черты и др. Неоднократно было показано, что персонализация сообщений способствует большей эффективности воздействия при изменении касающихся здоровья мнений, установок и поведения людей (Updegraff, Rothman, 2013). Если раньше применение персонализированного воздействия на практике носило ограниченный характер из-за трудностей получения данных об индивидуальных особенностях людей, то с развитием алгоритмов цифровой психометрики возможности выявления таких особенностей существенно расширяются.

Используются алгоритмы цифровой психометрики и в целях борьбы с преступностью. Направлений их криминологического применения очень много, но мы рассмотрим лишь одно из них, соответствующее нашей тематике. Речь идет об использовании цифровых следов для прогнозирования поведения преступников. Такой прогноз осуществляется, как правило, на основании анализа текстовой продукции в социальных сетях и на форумах. Примером может служить работа, в которой с помощью программы анализа текстов Linguistic Inquiry and Word Count LIWC, были выделены особенности лексики, характерные для лиц, повторно совершавших преступления сексуального характера (Drouin et al., 2018).

Обсуждая прикладные аспекты цифровой психометрики, нельзя не затронуть проблему их возможного вредоносного использования. Как и всякое достижение прогресса, алгоритмы «цифровой» диагностики имеют не только плюсы, но и минусы. В одних руках они будут служить благим целям, а в других – использоваться для манипулирования людьми и нанесения им ущерба. Так, мы уже сообщали о подверженности людей с определенными психологическими особенностями популистской пропаганде (Bakker et al., 2016). Чем это не повод для политтехнологов, отвечающих за проведение избирательных кампаний популистских партий, выявлять таких людей посредством «цифровых» алгоритмов и сосредотачивать на них политическую агитацию?

Еще несколько примеров такого рода. Установлено, что люди с высокими значениями по шкале дружелюбия часто оказываются жертвами фишинга, одного из видов интернет-мошенничества, целью которого является получение доступа к конфиденциальным данным пользователей – логинам и паролям (Parrish et al., 2009). В данном случае способ вредоносного применения «цифровых» алгоритмов

очевиден: обнаружение с их помощью людей с подобной психологической особенностью и последующая фишинговая атака на них.

Уже неоднократно, в том числе и «отцами-основателями» цифровой психометрики (М. Косински, Д. Стилвеллом и др.), высказывались опасения по поводу того, что персонализированная на основании цифровых следов реклама может использоваться представителями игровой индустрии для привлечения клиентов в интернет-казино и букмекерские конторы (Gladstone et al., 2019; Matz et al., 2017). Для подобных опасений есть серьезные основания. Как известно, в плане развития игровой зависимости особенно опасно одновременное наличие у человека нескольких черт: импульсивности, эмоциональной ранимости, поиска ощущений (Bagby et al., 2007). Именно при таком сочетании черт существенно возрастает вероятность возникновения подобных нарушений, приносящих серьезный вред как самому человеку-игроману, так и его близким. В эпоху «цифровых» алгоритмов выявление лиц подобного психологического типа владельцами игровых сайтов не составит для них труда.

Перспективы развития цифровой психометрики

Перечисленные выше тенденции развития «цифровой» психодиагностики касаются ее ближайшего будущего (5–10 лет). Каких же новаций в этой научной области следует ожидать в более далекой перспективе (10–20 лет)? Вполне возможно, что в будущем произойдет изменение общей стратегии исследования в данной области. В настоящее время основная масса работ нацелена на прогнозирование характеристик, давно изучаемых в психологии: личностных черт, эмоций, мотивов, ценностей. В этом есть очевидный практический смысл. Поскольку в отношении указанных характеристик в психологии уже накоплен большой массив данных об их связи с суждениями и поведением людей, то информацию, полученную в результате «основанной на цифровых следах» диагностики, можно использовать для решения широкого круга задач: рекламы товаров и услуг, профилактики и лечения болезней, криминальной профилактики, политической пропаганды и др. Схематично этот личностно-ориентированный подход можно представить следующим образом: цифровые следы → личность → поведение.

Подобный подход в развернутом виде, например, был реализован в рамках проекта myPersonality.org (Kosinski et al., 2013; Matz et al.,

2017a). На первом этапе были разработаны процедуры прогнозирования личностных черт на основании цифровых следов, на втором с их помощью осуществлялась диагностика личностных качеств целевой аудитории, а на третьем – воздействие на нее специальными личностно-конгруэнтными сообщениями. Комплексных исследований подобного рода в психологии еще довольно мало. Дело в том, что основное внимание сейчас уделяется поиску алгоритмов прогнозирования психологических характеристик, практические же аспекты их применения исследуются гораздо реже. В целом, с учетом накопленных к настоящему времени данных, личностно-ориентированный подход весьма перспективен в плане решения прикладных задач.

Помимо личностно-ориентированного подхода, возможен и иной способ использования цифровых следов. Схематично он будет выглядеть так: цифровые следы ---> поведение. В данном случае на основании цифровых следов осуществляется прогноз не некоторых обобщенных характеристик (личностных черт, ценностей и др.), а непосредственно поведения, понимаемого в самом широком смысле, т. е. как совокупности поведенческих, когнитивных и эмоциональных реакций человека в конкретных ситуациях. Например, насколько пунктуален будет человек при оплате кредитов или сотовой связи, как он отреагирует на просьбу о пожертвовании или медицинскую рекомендацию.

Как показывают исследования, такой ориентированный на поведение подход демонстрирует неплохие результаты на практике, что создает основу для его активного развития в ближайшем будущем. Так, с опорой на характеристики, связанные с использованием сотовой связи, удается весьма успешно прогнозировать финансовую дисциплину при оплате телефона и пользовании кредитом (Doyle et al., 2019; San Pedro et al., 2015). В ряде случаев ориентированный на поведение подход дает даже более точный прогноз поведения, чем личностно-ориентированный (Wilson, 2019).

Помимо двух рассмотренных выше подходов возможен (в более далекой временной перспективе) и еще один. Этот подход можно представить в виде такой схемы: цифровые следы → цифровая личность → поведение. Его реализация начнется с построения новой, основанной на цифровых следах структуры личности. Исходными данными для факторизации будет не лексика, используемая, например, Р. Кеттеллом для выявления структуры личностных черт

и создания соответствующего опросника, а совокупность различных видов цифровых следов.

После того как среди ученых будет достигнут некоторый консенсус в отношении «цифровой» структуры личности, начнется этап установления ее взаимосвязей с поведенческими, когнитивными и эмоциональными реакциями в различных сферах жизнедеятельности. На сбор данных о взаимосвязи психологических характеристик с поведением и суждениями людей в реальной жизни уходят десятилетия, этот этап будет гораздо короче, что обусловлено легкостью и быстротой «цифровой» психодиагностики.

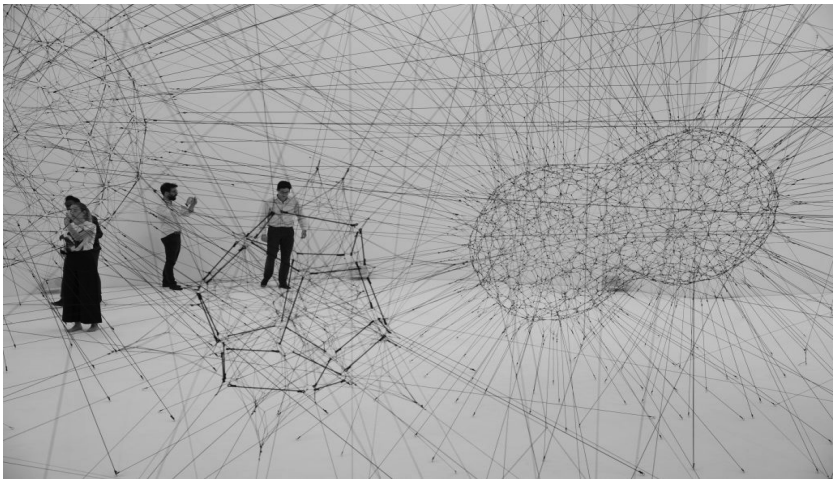
Накопленный на втором этапе массив данных, касающийся взаимосвязей «цифровой» личности с поведением человека в реальной жизни, позволит перейти к третьему этапу – проверке точности прогнозирования и применению выявленных закономерностей на практике. Хотя пока нарисованная картина выглядит не совсем реальной, однако все больше специалистов допускают подобное развитие ситуации в этой научной области (Boyd, Pennebaker, 2017; Hinds, Joinson, 2019).

В заключение отметим, что современные алгоритмы цифровой психометрики, обеспечивая невиданную до сих пор легкость и быстроту сбора и анализа психологических данных, существенно расширяют возможности исследований человеческой психики. Помимо чисто научного значения, такие алгоритмы имеют большой потенциал в плане решения прикладных задач в различных сферах общественной жизни.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование «природы» сетевых сообществ обусловлено все более полным переходом социальной жизни в интернет-пространство. При переходе к «интернету всего» жизнедеятельность не только виртуальных сообществ, но и традиционных социальных групп все больше осуществляется в условиях смешанной реальности, когда внутригрупповое и межгрупповое взаимодействие разворачивается одновременно онлайн и оффлайн. Однако, что собой представляет «сетевое сообщество», остается вопросом. Предполагается, что это могут быть участники сетевого сообщества, функциональные сети, презентующие их взаимодействие, конкретные социальные медиа и т.д. Наглядно это представлено в акторно-сетевой теории Б. Латура, предписывающей рассматривать одинаковым образом отношения между вещами (материальный уровень) и понятиями (семиотический уровень).

Изучение свойств сетевых сообществ наталкивается на множество проблем. Сообщества значительно различаются по размеру, поэтому использовать социальные характеристики реальных сообществ некорректно. Идентификация участников сетевого сообщества крайне затруднена и/или невозможна, так как они представлены исключительно аккаунтами. Кроме того, состав сообществ постоянно меняется и о сетевом сообществе можно говорить только как о временном. Одним из подходов, частично снимающим указанные проблемы, является анализ коммуникации сетевого сообщества без конкретизации отдельных участников. Коммуникация выступает основополагающей характеристикой любого сообщества, и для сетевого сообщества это более чем актуально. При этом изуча-



ется контент (посты, комментарии, лайки и т. п.), связанный с аккаунтами посредством социальных медиа. Используется дискурсивная парадигма, предусматривающая выделение различных лексическо-грамматических, семантических и процессуальных показателей, отражающих различные социально-психологические характеристики.

В проведенном исследовании осуществлялась оценка двух социально-психологических характеристик: субъектности и жизнеспособности. Под субъектностью сетевого сообщества в самом общем смысле понимались различные формы совместной активности: совместная деятельность (трудовая, учебная, игровая, развлекательная), согласованное выражение мнений и оценок, групповое самопознание. Под жизнеспособностью сетевого сообщества подразумевалась его способность сохранять целостность и привычные способы функционирования в случае воздействия негативных факторов или угрозы их применения. Для исследования субъектности и жизнеспособности сетевых сообществ были разработаны методики выявления соответствующих дискурсивных маркеров.

Выяснилось, что субъектность как основная социально-психологическая характеристика сетевого сообщества представлена несколькими компонентами. В их числе: языковая и понятийная идентификация, готовность действовать, поддержка тематики сетевого сообщества, групповые нормы и ценности, планирование

и результаты совместных действий, отстранение «других», защита целостности сообщества, гражданская идентичность. При этом структура субъектности сетевых сообществ по некоторым компонентам аналогична структуре субъектности реальных социальных групп: представлено обсуждение совместной деятельности, групповые нормы и ценности, проблемы гражданской идентичности. Вместе с тем выявляется специфика субъектности сетевых сообществ, которая проявляется в позитивной поддержке коммуникации внутри сообщества, идентификации и поддержке «своих» и отстранении «других», что представляется оригинальным и новым. Была определена также структура жизнеспособности сетевых сообществ. Она включает следующие компоненты: общая жизнеспособность (базовые признаки, связанные с существованием сообщества и его способностью к развитию в различных условиях); вовлеченность (удовлетворение от совместной жизнедеятельности, совместная активность); контроль (убежденность членов сообщества, что совместная активность влияет на результат); принятие риска (убежденность, что все происходящее в сообществе несет положительный опыт; пластичность (способность приспосабливаться после неудач и «утрат», используя оставшиеся ресурсы); устойчивость (способность восстанавливаться после неудач и «утрат», после того как структура и функции сообщества были нарушены); антихрупкость (способность становиться «сильнее», разнообразнее, обширнее, лучше после трудностей); саморазвитие (развитие в соответствии с миссией).

В ходе исследований было показано, как меняется характер коммуникации в процессе троллинга. Атака тролля приводит к снижению общей субъектности, но при этом радикально меняется ее компонентный состав – появляются все компоненты субъектности, скрытые в условиях «нормальной жизни».

Удалось выявить соответствие многих дискурсивных маркеров субъектности показателям, полученным автоматически с помощью машины реляционно-ситуационного анализа (РСА) текста, разработанной в Институте системного анализа РАН. Выявленные соответствия позволяют осуществлять мониторинг Рунета в автоматизированном режиме и проводить оценку субъектности и жизнеспособности сетевых сообществ. При этом важно, что уровень субъектности многое говорит о сплоченности и согласованности действий участников сообществ не только онлайн,

но и оффлайн. Жизнеспособность сетевого сообщества определяет продолжительность его «жизни» и устойчивость. Таким образом, появляется возможность оценивать распространенность сообществ определенной тематики в Рунете, прогнозируя их активность и жизнестойкость.

ЛИТЕРАТУРА

Агадуллина Е. Р. Пользователи социальных сетей: современные исследования // Современная зарубежная психология. 2015. Т. 4. № 3. С. 36–46. doi: 10.17759/jmfp.2015040305

Агеев В. С. Межгрупповые взаимодействия. М.: Изд-во МГУ, 1990.

Акулич М. М. Троллинг в социальных сетях: возникновение и развитие // Вестник Тюменского государственного университета. 2012. № 8. С. 47–54.

Алдашева А. А. Психологическая адаптация специалистов ВМФ к условиям деятельности: Дис. ... докт. психол. наук. Бишкек, 1995.

Алексеев К. И. Метафора как средство репрезентации действительности в дискурсе // Ситуационная и личностная детерминация дискурса / Под ред. Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 244–258.

Алмаев Н. А., Дороднев А. Б., Малкова Г. Ю. Проявление психологической травмы в автобиографических рассказах // Экспериментальная психология. 2009. № 2. С. 104–115.

Ананьев Б. Г. Избранные психологические труды. В 2 т. М.: Педагогика, 1980.

Ананьева М. И., Девяткин Д. А., Кобозева М. В., Смирнов И. В. Лингвостатистический анализ текстов экстремистской направленности // Ситуационные центры и информационно-аналитические системы класса 4i для задач мониторинга и безопасности (SCVRT1516). 2016. С. 210–213.

Аннотированный указатель трудов сотрудников Института психологии Российской академии наук (1971–2006). Вып. 1 / Отв. ред.

А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова, Т. И. Артемьева. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.

Апреликова Н. Р., Китова Д. А. Отношение пользователей социальных сетей к знаниям по психологии // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 2 (14). С. 99–128.

Апреликова Н. Р., Китова Д. А. Структура потребностей студенческой молодежи в знаниях по психологии // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2018. Т. 4. № 2 (14). С. 110–133.

Апресян В. Ю., Апресян Ю. Д. Метафора в семантическом представлении эмоций // Вопросы языкознания. 1993. № 3. С. 27–35.

Артемьева Т. И. Аннотированный указатель трудов сотрудников Института психологии Российской академии наук за 2007–2015 годы. Вып. 2 / Отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.

Базенков Н. И., Губанов Д. А. Обзор информационных систем анализа социальных сетей // Управление большими системами: сборник трудов. 2013. С. 357–394.

Баранов А. Н. Теория лингвистических экспертиз как направление прикладной лингвистики // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: Труды международной конференции. 2004.

Батура Т. В. Методы анализа компьютерных социальных сетей // Вестник НГУ. Сер. «Информационные технологии». 2012. Т. 10. Вып. 4. С. 13–28.

Батыгин Г. С., Градосельская Г. В. Сетевые связи в профессиональном сообществе социологов: методика контент-аналитического исследования биографий // Социологический журнал. 2001. № 1. С. 88–110.

Беликов В. И., Крысин Л. П. Социолингвистика. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2001.

Белоус Н. А. Структурно-семантические аспекты конфликтного дискурса. Ульяновск: УлГУ, 2007.

Берроуз Р., Севидж М. После кризиса? Big Data и методологические вызовы эмпирической социологии // Социологические исследования. 2016. № 3 (383). С. 28–35.

Блох М. Я., Суслова М. М. Аффект в речевом поведении // Актуальные проблемы прагмалингвистики. Воронеж, 1996.

Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского университета, 2004.

Борисова И. Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. М., 2009.

Бреслер М. Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества. Уфа: РИЦ БашГУ, 2014.

Брушлинский А. В. Проблемы психологии субъекта. М.: Институт психологии РАН, 1994.

Брушлинский А. В. Психология субъекта и его деятельности // Современная психология: справочное руководство. М.: Инфра-М, 1999.

Бусыгина Н. П. Качественные и количественные методы исследований в психологии: учебник для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2015.

Буянова Л. Ю., Нечай Ю. П. Эмотивность и эмоциогенность языка: механизмы экспликации и концептуализации. Краснодар: КубГУ, 2006.

Вачков И. В. Полисубъектный подход к педагогическому взаимодействию // Вопросы психологии. 2007. № 3. С. 16–29.

Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996.

Вежновец Е. Комментарии в социальных сетях: производство и воспроизводство интернет-дискурса // Современный дискурс-анализ. 2016. № 2 (15). С. 35–58.

Взаимоотношения исследовательской и практической психологии / Под ред. А. Л. Журавлева и А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.

Виленская Г. А. Исследования психологии Интернета в «Психологическом журнале»: некоторые итоги и перспективы // Психологический журнал. 2019. Т. 40. № 4. С. 5–14.

Виноградов Ю. Е. Эмоциональная активация в структуре мыслительной деятельности человека: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1972.

Внебрачных Р. А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // Вестник Удмуртского университета. 2012. Вып. 1. С. 48–51.

Войскунский А. Е. Направления исследований опосредствованной Интернетом деятельности // Вестник Московского университета. Сер. 14. «Психология». 2017. № 1. С. 51–66.

Воркачев С. Г., Кузнецова Л. Э., Кусов Г. В., Полиниченко Д. Ю., Хизова М. А. Лингвокультурный концепт: типология и области бытования / Под общ. ред. С. Г. Воркачева. Волгоград: ВолГУ, 2007.

Воронин А. Н. Методологические проблемы исследования субъектности сетевых сообществ // Психология и психотехника. 2019. № 3. С. 38–49.

Воронин А. Н., Гребенщикова Т. А., Кубрак Т. А., Павлова Н. Д. Субъектность сетевого сообщества: сравнение психометрических моделей проявления дискурсивных маркеров в контенте // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. «Психологические науки». 2019. № 3. С. 6–24.

Воронин А. Н., Ковалева Ю. В. Изменение субъектности сетевого сообщества в процессе троллинга // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 3 (15). С. 25–61. URL: http://soc-econom-psychology.ru/cntnt/bloks/dop-menu/archive/n2019/t4-3/n19-03-02.html (дата обращения: 15.02.2020).

Воронин А. Н., Кубрак Т. А. Концептуализация феномена субъектности сетевого сообщества с использованием метода обоснованной теории // Экспериментальная психология. 2020. Т. 13. № 3. С. 4–14. doi: 10.17759/exppsy.2020130301

Воронин А. Н., Павлова Н. Д., Гребенщикова Т. А., Кубрак Т. А., Смирнов И. В. Оценка субъектности сетевых сообществ: сопоставление дискурсивных маркеров и показателей РСА // Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5. № 2 (18). С. 330–364.

Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Сер. «История и филология». 2016. Т. 26. № 2. С. 109–116.

Воронцова Т. А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход: Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Челябинск, 2006.

Вся статистика Интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и в России. URL: https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy (дата обращения: 11.04.20).

Вучков И., Бояджиева Л., Солаков Е. Прикладной линейный регрессионный анализ. М.: Финансы и статистика, 1987.

Выдающиеся ученые Института психологии РАН: Биографические очерки / Сост. В. И. Белопольский, А. Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2020.

Вышегородцев Д. Е. Особенности сетевых сообществ Интернета: русскоязычный сегмент: дис. ... канд. социол. наук. М.: Московская гуманитарно-социальная академия, 2002.

Гайдар К. М. Социально-психологическая концепция группового субъекта. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-т, 2013.

Галанова А.-А. В. Кибермоббинг, кибербуллинг и киберсуицид как формы девиантного поведения в цифровом обществе // Возможности и угрозы цифрового общества. Ярославль: Аверс плюс, 2018.

Горина Е. В. Дискурс Интернета в аспекте воздействия на пользователя // Политическая лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 150–155.

Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медиа // Жанры речи. 2015. № 2 (12). С. 119–127.

Градосельская Г. В., Пильгун М. А. Коммуникативные процессы в сетевой среде: междисциплинарный анализ политически активных сообществ в Фейсбуке // Вопросы психолингвистики. 2015. № 4 (26). С. 44–58.

Гребенщикова Т. А. Интенциональный подход к выделению дискурсивных сообществ в Интернете // Психологические исследования. 2019. № 12 (64). С. 3.

Гребенщикова Т. А., Зачесова И. А. Психология повседневного дискурса. Интенциональный аспект. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

Гребенщикова Т. А., Кубрак Т. А., Воронин А. Н., Павлова Н. Д. Построение структурно-функциональной модели трансформации представлений о социально значимом событии в ходе сетевой активности пользователей // Восьмая Международная конференция по когнитивной науке: тезисы докладов. Светлогорск, 2018. С. 304–306.

Гребенщикова Т. А., Павлова Н. Д., Афиногенова В. А. Различия интенционального содержания постсобытийного дискурса и дискурса форума в Интернете // Цифровое общество как культурно-исторический контекст развития человека / Под общ. ред. Р. В. Ершовой. Коломна: Изд-во Государственного социально-гуманитарного ун-та, 2018. С. 122–127.

Григорьева А. А., Павлова Н. Д. Интенциональные модели психологического воздействия в дискурсе массмедиа // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации. Сер. «Труды Института психологии РАН» / Под ред. А. Л. Журавлева,

Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. С. 45–53.

Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Модели информационного влияния и информационного управления в социальных сетях // Проблемы управления. 2009. № 5. С.28–35.

Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства М.: Физматлит–МЦНМО, 2010.

Давлетшина Л. Р. Грубость как нарушение коммуникативной нормы: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2012.

Дайнеко П. М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институациональном интернет-общении: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2011.

Девяткин Д. А., Кузнецова Ю. М., Чудова Н. В., Швец А. В. Интеллектуальный анализ проявлений вербальной агрессивности в текстах сетевых сообществ // Искусственный интеллект и принятие решений. 2014. № 2. С. 27–41.

Дегтерев Д. А. Распространение культурных норм и ценностей: агентное моделирование // Вестник РУДН. Сер. «Международные отношения». 2016. № 1. С. 141–152.

Дейк ван Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Либроком, 2013.

Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989.

Делёз Ж., Гваттари Ф. Ризома // Тысяча плато. Онлайн-альманах «Восток», 2005.

Дилигенский Г. Г. Некоторые методологические проблемы исследования психологии больших групп // Методологические проблемы социальной психологии / Отв. ред. Е. В. Шорохова. М.: Наука, 1975. С. 196–205.

Додонова Н. А. Диагностическое значение лексико-семантических и морфологических особенностей речи больных неврозом: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. Л., 1989.

Дружинин В. Н. Психология способностей: Избранные труды. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.

Евстигнеев В. А., Касьянов В. Н. Толковый словарь по теории графов в информатике и программировании. Новосибирск: Наука, 1999.

Емельянова Т. П. Социальные представления: История, теория и эмпирические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.

Емельянова Т. П. Феномен коллективных чувств в психологии больших социальных групп // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2016. Т. 1. № 1. С. 3–22. URL: http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document195.pdf (дата обращения: 16.10.2016).

Емельянова Т. П., Журавлев А. Л. Психология больших социальных групп как коллективных субъектов // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 3. С. 5–15.

Ениколопов С. Н., Кузнецова Ю. М., Смирнов И. В., Станкевич М. А., Чудова Н. В. Создание инструмента автоматического анализа текста в интересах социо-гуманитарных исследований. Ч. 1. Методические и методологические аспекты // Искусственный интеллект и принятие решений. 2019. № 2. С. 28–38.

Жельвис В. И. Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. М.: Ладомир, 2001.

Жизнеспособность человека: индивидуальные, профессиональные и социальные аспекты / Отв. ред. А. В. Махнач, Л. Г. Дикая. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.

Журавлев А. Л. Психологические особенности коллективного субъекта // Проблема субъекта в психологической науке / Под ред. А. В. Брушлинского, М. И. Воловиковой, В. Н. Дружинина. М.: Академический проект, 2000. С. 133–150.

Журавлев А. Л. Коллективный субъект как феномен и понятие в современной психологии // Разработка понятий современной психологии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. С. 116–161.

Журавлев А. Л. Психология коллективного субъекта // Психология индивидуального и группового субъекта. М.: Пер Сэ, 2002. С. 51–81.

Журавлев А. Л. Психология совместной деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.

Журавлев А. Л., Китова Д. А. Анализ интереса населения к информации о пандемии коронавируса (на примере пользователей поисковых систем Интернета) // Психологический журнал. 2020а. Т. 41. № 4. С. 5–18.

Журавлев А. Л., Китова Д. А. Основные технологии социально-психологических исследований в Интернете // Социальная психология: вопросы теории и практики. М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2020б. С. 224–226.

Журавлев А. Л., Китова Д. А., Ковалева Ю. В. Сетевые формы жизнедеятельности больших социальных групп // Психологические факторы развития геополитических отношений: субъекты, механизмы, тенденции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2020. С. 91–96.

Журавлев А. Л., Нестик Т. А. Психология управления совместной деятельностью. Новые направления исследований. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.

Журавлев А. Л. Нестик Т. А. Психологические особенности коллективного творчества в сетевых сообществах // Психологический журнал. 2016. Т. 37. № 2. С. 19–28.

Журавлев А. Л., Юревич А. В. Патриотизм как объект изучения психологической науки // Психологический журнал. 2016. Т. 37. № 3. С. 88–98.

Зализняк А. А., Левонтина И. Б., Шмелев А. Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. М.: Языки славянской культуры, 2005.

Зачесова И. А., Журавлев А. Л., Павлова Н. Д. О дискурсе, дискурсивном воздействии и информационно-психологической безопасности (вместо предисловия) // Психология дискурса: проблемы детерминации, воздействия, безопасности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. С. 5–10.

Зевахина Т. С., Олейникова Е. Е. Аналитическое аннотирование текстов СМИ: Ценности и оценки. URL: http://www.dialog-21.ru/digests/dialog2006/materials/pdf/ZevakhinaT.pdf (дата обращения: 05.05.2018).

Зимняя И. А. Педагогическая психология: учебник для вузов. 2-е изд. М.: Логос, 2000.

Ильин М. В. Идеи и практика: мультимодальный анализ политических перформативов // Политическая наука, 2016. № 4. С. 261–270. URL: https://www.hse.ru/data/2017/02/17/1167763756/12-ilyin.pdf (дата обращения: 05.05.2018).

Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Изд-во ЛКИ, 2008.

Иссерс О. С. Дискурсивная практика как наблюдаемая реальность // Вестник Омского университета. 2011. № 4. С. 227–232.

Каменский Е. Г., Гримов О. А. Сетевые сообщества в социальных сетях как фактор развития личностной субъектности // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2014. № 2 (34). С. 62–67.

Карасик В. И. Языковая кристаллизация смысла. М.: Гнозис, 2010.

Карпов А. В. Понятие «средняя группа» как базовый концепт организационной психологии // Организационная психология. 2017б. Т. 7. № 4. С. 50–72.

Карпов А. В. Понятие средней группы как концепт психологической теории групповых решений // Ярославский психологический вестник. 2017. № 2 (38). С. 16–32.

Каряева М. С. Лингвостатистический анализ терминологии для построения тезауруса предметной области // Моделирование и анализ информационных систем. 2015. Т. 22. № 6. С. 834–851.

Кастельс М. Власть коммуникации. М.: ГУ ВШЭ, 2016.

Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

Кирилина А. В. Интернет-жанр «комментарий читателя» // Вестник МГПУ. Сер. «Филология. Теория языка. Языковое образование». 2015. № 1 (17). С. 67–76.

Кирилина А. В. Понятие динамического объекта в постнеклассической лингвистике // Вопросы психолингвистики. 2014. № 4 (22). С. 36–47.

Кириллов А. Г. Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями // Жанры речи. 2017. № 2 (16). С. 260–267.

Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. Речь москвичей: коммуникативно-культурологический аспект. М.: Научный мир, 2005.

Китова Д. А. Материальное самообеспечение личности как предмет психологического исследования // Проблемы экономической психологии. В 2 т. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 577–601.

Китова Д. А. Отечественная психология в условиях развития глобальных процессов // Психологический журнал. 2019. Т. 40. № 2. С. 128–131.

Китова Д. А., Журавлев А. Л. Социально-психологические факторы экономического развития российского общества в условиях цифровых технологий // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 4 (16). С. 6–42.

Ковалев А. К., Кузнецова Ю. М., Минин А. Н., Пенкина М. Ю., Смирнов И. В., Станкевич М. А., Чудова Н. В. Методы выявления по тексту психологических характеристик автора (на примере агрессивности) // Вопросы кибербезопасности. 2019. № 4 (32). С. 72–79.

Ковалева Ю. В. Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети «Твиттер». Ч. 1. Постановка проблемы и методический подход // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019а. Т. 4. № 1. С. 6–40. URL: http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document659.pdf (дата обращения: 10.04.2019).

Ковалева Ю. В. Признаки совместной жизнедеятельности сетевого сообщества и личностные характеристики его членов: на примере социальной сети «Твиттер». Ч. 2. Результаты эмпирического исследования // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019б. Т. 4. № 2. С. 6–40. URL: http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document684.pdf (дата обращения: 10.08.2019).

Ковалева Ю. В., Журавлев А. Л. Общественное настроение и субъектность сетевого сообщества в период пандемии COVID-19: на примере социальной сети «Твиттер» // Институт психологии РАН. Социальная и экономическая психология. 2020. Т. 5. № 2 (18). С. 154–188.

Коломейченко М. И., Поляков И. В., Чеповский А. А., Чеповский А. М. Выделение сообществ в графе взаимодействующих объектов // Фундаментальная и прикладная математика. 2016. Т. 21. № 3. С. 131–139.

Коломейченко М. И., Поляков И. В., Чеповский А. А., Чеповский А. М. и др. Методы визуального анализа графов. М.: Национальный открытый университет «Интуит», 2016.

Коломейченко М. И., Чеповский А. А., Чеповский А. М. Алгоритм выделения сообществ в социальных сетях // Фундаментальная и прикладная математика. 2014. Т. 19. Вып. 1. С. 21–32.

Кончаковский Р. В. Сетевое интернет-сообщество как социокультурный феномен: дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького, 2010.

Коршунов А., Белобородов И., Бузун Н. Анализ социальных сетей: методы и приложения // Труды института системного программирования РАН. 2014. Т. 26. № 1.

Коряковцев А. В. Инвективность как функционально-семантическая категория русского языка: Автореф. дис.... канд. филол. наук: Кемерово, 2009.

Кронгауз М. А. Мем в русскоязычном Интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии / Сост. Г. Ч. Гусейнов; под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. М., 2014. С. 87–95.

Кузнецова Ю. М., Курузов И. А., Смирнов И. В., Станкевич М. А., Старостина Е. В., Чудова Н. В. Текстовые проявления фрустрированности пользователя социальных сетей // Медиалингвистика. 2020. № 7 (1). С. 4–15.

Кузнецова Ю. М., Смирнов И. В., Станкевич М. А., Чудова Н. В. Создание инструмента автоматического анализа текста в интересах социогуманитарных исследований. Ч. 2. Машина РСА и опыт ее использования // Искусственный интеллект и принятие решений. 2019. № 3. С. 40–51.

Купрейченко А. Б., Шляховая Е. В. Доверие к информации как фактор доверия к электронным масс-медиа // Психолого-педагогические исследования. 2012. № 1. URL: http://psyedu.ru/journal/2012/1/2654.phtml (дата обращения: 21.08.2019).

Курьянович А. В. Опыт лингвоправовой характеристики конфликтной языковой личности (на примере анализа коммуникативного поведения тролля в сетевой переписке) // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2018. № 2 (191). С. 127–142.

Ламерти Ж. О. Человек-машина. М.: Мысль, 1976.

Латынов В. В. Психология коммуникативного воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013.

Ледовая Я. А., Тихонов Р. В., Боголюбова О. Н. Социальные сети как новая среда для междисциплинарных исследований поведения человека // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 16. «Психология. Педагогика». 2017. Т. 7 (3). С. 193–210.

Леонтьев Д. А., Рассказова Е. И. Тест жизнестойкости. М.: Смысл, 2006.

Лещев Д. А., Сучков Д. В., Хайкова С. П., Чеповский А. А. Алгоритмы выделения групп общения // Вопросы кибербезопасности. 2019. Т. 32. № 4. С. 61–71.

Литвинова Т. А. К проблеме стабильности характеристик идиостиля // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2015. № 3. С. 98–106.

Литвинова Т. А., Литвинова О. А., Рыжкова Е. С., Бирюкова Е. Д., Середин П. В., Загоровская О. В. Исследование влияния пола и психологических характеристик автора на количественные параметры его текста с использованием программы Linguistic Inquiry and Word Count // Научный диалог. 2015. № 12 (48). С. 101–109.

Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1984.

Ломова О. Е. Речевое поведение актеров в автобиографических текстах: на материале русского и немецкого языков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2004.

Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Волгоград, 2009.

Майер-Шенбергер В., Кукьер К. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

Маклюэн Г. М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. М.–Жуковский: Канон-пресс Ц–Кучково поле, 2003.

Макропсихология современного российского общества / Под ред. А. Л. Журавлева, А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.

Манжелеевская Е. В. Прагматическая категория ожиданий в контексте теории фреймов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. В 2 ч. Ч. 1. Тамбов: Грамота, 2017. № 9 (75). С. 134–137.

Мансурова В. Д. Патриотический дискурс в сетевом пространстве СМИ // Вестник Томского государственного педагогического университета. Филология. 2017. № 46. С. 188–198.

Мартьянов Д. С. Виртуальные ценности как фактор формирования политического сознания российского политического интернет-сообщества // Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2015. Вып. 4. С. 33–40.

Матвеева Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: Дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 1993.

Матвеева Г. Г., Ленец А. В., Петрова Е. И. Основы прагмалингвистики. М.: Флинта, 2013.

Матвеева Г. Г., Самарина И. В., Селиверстова Л. Н. Два направления в современной прагмалингвистике // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. «Социология». 2009. Вып. 1. Ч. 2. С. 50–57.

Методология комплексного человекознания и современная психология / Отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.

Некрасов Г.А., Романова И.И. Разработка поискового робота для обнаружения веб-контента с фейковыми новостями // Инновационные, информационные и коммуникационные технологии. 2017. № 1. С. 128–130.

Немыка А.А., Ушаков А.А. Дискурсивное пространство текста: троллинг как элемент некооперативной речевой стратегии современной интернет-коммуникации // Вестник РУДН. Сер. «Вопросы образования: языки и специальность». 2012. № 4. С. 68–71.

Нестик Т.А. Жизнеспособность группы как социально-психологический феномен // Социальная и экономическая психология. 2016. Т. 1. № 2. С. 29–61.

Нестик Т.А. Развитие цифровых технологий и будущее психологии // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. «Психологические науки». 2017. № 3. С. 6–15. doi: 10.18384/2310-7235-2017-3-6-15

Нестик Т.А., Багратиони К.А. Жизнеспособность малых групп в организациях: состояние и перспективы исследования // Организационная психология. 2018. Т. 8. № 4. С. 75–94.

Нестик Т.А., Журавлев А.Л. Рефлексивность социальных групп: перспективные направления исследований // Рефлексивные процессы и управление: Сборник материалов XI Международного симпозиума. М., 2017. С. 196–200.

Нестик Т.А., Журавлев А.Л. Психология глобальных рисков. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.

Нестик Т.А., Журавлев А.Л. Анализ больших данных в психологии и социогуманитарных науках: перспективные направления исследований // Психологический журнал. 2019. Т. 40. № 6. С. 5–17.

Никишина В.Б., Петраш Е.А., Запесоцкая И.В. Лингвосемантические характеристики коммуникативного поведения молодежи в социальных сетях // Психологический журнал. 2017. № 5. С. 69–79.

Оберемченко Е.Ю. Речевое поведение и личность дипломата в аспекте скрытой прагмалингвистики // Гуманитарные и социальные науки. 2011. № 1. С. 125–132.

Новые тенденции и перспективы психологической науки / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019.

Оберемченко Е. Ю., Манжелеевская Е. В., Друзьева А. А. Эмоциональное реагирование и особенности речевого поведения автора текста // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 4. С. 131–135.

Общество травмы: между эволюцией и революцией (круглый стол) // Социологические исследования. 2019. № 6. С. 3–14.

Орлов А. О., Чеповский А. А. Особенности алгоритма Блонделя при выявлении сообществ в графе социальной сети // Труды Международной научной конференции Московского физико-технического института (государственного университета) и Института физико-технической информатики (SCVRT1516). М.–Протвино: Институт физико-технической информатики, 2016. С. 124–129.

Осадчий М. А. Русский язык на грани права: Функционирование современного русского языка в условиях правовой регламентации речи. М.: Книжный дом «Либроком», 2013.

Осипов Г. С., Смирнов И. В., Тихомиров И. А. Реляционно-ситуационный метод поиска и анализа текстов и его приложения // Искусственный интеллект и принятие решений. 2008. № 2. С. 3–10.

Павлова Н. Д. Интент-анализ дискурса // Коммуникативные исследования / Под ред. И. А. Стернина. Воронеж: Истоки, 2003. С. 19–25.

Павлова Н. Д. Интерактивный аспект дискурса: подходы к исследованию // Психологический журнал. 2005. Т. 26. № 4. С. 66–76.

Павлова Н. Д., Афиногенова В. А., Гребенщикова Т. А. Речевое взаимодействие в неформальном повседневном дискурсе: интенциональный аспект // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 5. С. 41–54.

Павлова Н. Д., Воронин А. Н., Гребенщикова Т. А., Кубрак Т. А. и др. Дискурс в современном мире. Психологические исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.

Павлова Н. Д., Воронин А. Н., Гребенщикова Т. А., Кубрак Т. А. Разработка подхода к типологии сетевых сообществ на основе дискурсивных признаков коллективной субъектности // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. «Психология и педагогика». 2019. Т. 16. № 3. С. 341–358. doi: 10.22363/2313-1683-2019-16-3-341-358

Павлова Н. Д., Гребенщикова Т. А. Интент-анализ постсобытийного дискурса в Интернете // Психологические исследования. 2017а. Т. 10. № 52. URL: http://psystudy.ru (дата обращения: 05.05.2018).

Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А. Интент-анализ. Основания, процедура, опыт использования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017b.

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. № 41 (3). С. 78–91.

Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А., Воронин А.Н., Зачесова И.А., Кубрак Т.А. Постсобытийный дискурс в Интернете // Психология человека как субъекта познания, общения и деятельности / Отв. ред. В.В. Знаков, А.Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. С. 1845–1851.

Павлова Н.Д., Журавлев А.Л. К междисциплинарной проблематике дискурса // Ситуационная и личностная детерминация дискурса. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 6–11.

Павлова Н.Д., Кубрак Т.А., Гребенщикова Т.А. Исследование динамики субъектности сетевых сообществ по ее проявлению в дискурсе // Психологические исследования. 2020. Т. 13. № 70. URL: http://psystudy.ru/index.php/num/2020v13n72/1782-pavlova72.html?fontstyle=flarger (дата обращения: 09.04.2020).

Парадигмы в психологии: науковедческий анализ / Под ред. А.Л. Журавлева, Т.В. Корниловой, А.В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Патаракин Е.Д. Открытая образовательная сеть как «паутина соучастия» // Высшее образование в России. 2011. № 10. С. 111–118.

Патаракин Е.Д. Макроскопический подход к анализу совместной сетевой деятельности // Образовательные технологии. 2017. № 2. С. 51–65.

Пашковский В.Э., Пиотровская В.Р., Пиотровский Р.Г. Психиатрическая лингвистика. М.: УРСС, 2015.

Погорский Э.К. Особенности цифровых гуманитарных наук // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 5. URL: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2014/5/Pogorskiy_Digital-Humanities (дата обращения: 09.04.2020).

Посевкин Р.В., Бессмертный И.А. Применение сентимент-анализа текстов для оценки общественного мнения // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. 2015. Т. 15. № 1. С. 169–171.

Потапова Р. К., Комалова Л. Р. Лингвокогнитивное исследование состояния «агрессия» в межъязыковой и межкультурной коммуникации: письменный текст // Вестник МГЛУ. 2013. Вып. 13 (675). С. 164–175.

Преступность в эпоху эпидемии. URL: https://www.golos-ameriki.ru/a/usa-crime-expert-pandemics/5441593.html (дата обращения: 22.05.2020).

Принцип развития в современной психологии / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.

Прогресс психологии: критерии и признаки / Под ред. А. Л. Журавлева, Т. Д. Марцинковской, А. В. Юревича. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.

Психологические исследования в интернет-пространстве: поисковые системы, социальные сети, электронные базы / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Д. А. Китова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2020.

Психологические исследования глобальных процессов: предпосылки, тенденции, перспективы / Под. ред. А. Л. Журавлева, Д. А. Китовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.

Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

Психологическое воздействие: механизмы, стратегии, возможности противодействия / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.

Психологическое здоровье личности и духовно-нравственные проблемы современного российского общества / Отв. ред. А. Л. Журавлев, М. И. Воловикова, Т. В. Галкина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

Психологическое знание: современное состояние и перспективы развития / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018.

Психология дискурса: проблемы детерминации, воздействия, безопасности / Под ред. А. Л. Журавлева, Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.

Психология: Учебник для гуманитарных вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. СПб.: Питер, 2001.

Психология совместной жизнедеятельности малых групп и организаций / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.

Психология XXI века: Учебник для вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. М.: Пер Сэ, 2003.

Радина Н. К. Интент-анализ онлайн-дискуссий (на примере комментирования материалов интернет-портала ИноСМИ.ru) // Медиаскоп. 2016. № 4. URL: http://www.mediascope.ru/2238 (дата обращения: 10.07.2019).

Разработка понятий современной психологии / Отв. ред. А. Л. Журавлев, ЕА. Сергиенко. М.: Изд-во Институт психологи РАН», 2018.

Разработка понятий современной психологии / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. Т. 2. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019.

Рассказы о сновидениях. Корпусное исследование устного русского дискурса (+CD-ROM) / Под ред. А. А. Кибрика и В. И. Подлесской. М.: Языки славянских культур, 2009.

Ремесло М. Б. Клинико-лингвистические характеристики больных неврозами и их динамика в процессе психотерапии: Автореф. дисс. ... канд. мед. наук. СПб., 2007.

Романов А. А. Лингвоэкологическая профилактика вербальной агрессии в профессиональной коммуникации // Мир лингвистики и коммуникации. 2012. № 3 (29). URL: http://tverlingua.ru.

Романов А. А., Костяев А. П. Агрессивный дискурс в профессиональной коммуникации. Тверь: ИЯ РАН–ТвГУ, 2011.

Романтовский А. В. Метакоммуникативные индексы в дискурсе интернет-комментариев // Вестник ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2015. Т. 1. № 3. С. 141–149.

Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2019.

Рубцов В. В. Организация и развитие совместных действий у детей в процессе обучения. М.: Педагогика, 1987.

Рыжков М. С. Речевые стратегии и тактики интернет-коммуникации (на материале чатов) // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: кол. монография / Науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М., 2016. С. 72–86.

Сальникова Т. С., Чекан Н. С. Троллинг как современный интернет-феномен // Человеческий и профессиональный потенциал молодежи региона. Материалы Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, студентов. Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2014. С. 220–221.

Седов К. Ф. Дискурс и личность: Эволюция коммуникативной компетенции. М.: Лабиринт, 2004.

Сергеева А. С., Кириллов Б. А., Воронина Е. Ю. Комментарий как форма дискурса профессионального виртуального сообщества (на примере IT) // 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. 84–101.

Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики персональных и интерперсональных жанров интернет-дискурса // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. «Языкознание». 2011. № 2 (14). С. 154–159.

Синицкая А. В. Дискурс «жертвы» и границы публичной рефлексии в сетевых сообществах // Международный журнал исследований культуры. 2017. № 4 (29). С. 120–127.

Синицкая А. В. Холивар не вынес двоих: коммуникативные конструкты «жертвы» и «провокатора» в интернет-пространстве // Философская антропология жертвы: от архаических корней к современным контекстам. Материалы Всероссийской конференции с иностранным участием. Самара, 12–14 сентября 2017 года / Под общ. ред. М. А. Корецкой. Самара: Самар. гуман. акад., 2017.

Скрытые жертвы коронавируса: как мир борется с «карантинным» домашним насилием. URL: https://www.ntv.ru/novosti/2323682 (дата обращения: 29.05.2020).

Смирнов И. В., Шелманов А. О., Кузнецова Е. С., Храмоин И. В. Семантико-синтаксический анализ естественных языков. Ч. II. Метод семантико-синтаксического анализа текстов // Искусственный интеллект и принятие решений. 2014. № 1. С. 11–24.

Совместная деятельность: Методология, теория, практика / Отв. ред. А. Л. Журавлев, П. Н. Шихирев, Е. В. Шорохова. М.: Наука, 1988.

Современная психология: справочное руководство / Отв. ред. В. Н. Дружинин. М.: Инфра-М, 1999.

Соколова Т. В., Чеповский А. А. Анализ профилей сообществ социальных сетей // Системы высокой доступности. 2018. Т. 14. № 3. С. 82–86.

Соколова Т. В., Чеповский А. М. Проблема восстановления профилей пользователей социальных сетей // Вопросы кибербезопасности. 2019. № 4 (32). С. 88–93.

Соснин В. А. Интернет-технологии в основе трансформации массового сознания и поведения // Психологические исследования глобальных процессов: предпосылки, тенденции, перспекти-

вы / Под ред. А. Л. Журавлева, Д. А. Китовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. С. 27–35.

Соснин В. А., Журавлев А. Л., Китова Д. А., Ковалева Ю. В., Смирнов А. А. Психологические факторы развития геополитических отношений: субъекты, механизмы, тенденции. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2020.

Соснин В. А., Журавлев А. Л., Красников М. А. Социальная психология: учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд. М.: Форум, 2014.

Социальная психология. Учебное пособие для вузов / Отв. ред. А. Л. Журавлев. М.: Пер Сэ, 2002.

Стернин И. А. Общественные процессы и развитие современного русского языка. Очерк изменений в русском языке конца XX века: научное издание. Воронеж, 2004.

Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. М.: Эдиториал УРСС, 2001.

Строителев Н. М., Сабурова Н. А. Происхождение и эволюция троллинга: от провокационного речевого поведения до субкультурного феномена // Ученые заметки ТОГУ. 2016. Т. 7. № 3 (2). С. 105–108. URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2016/TGU_7_147.pdf (дата обращения: 10.07.2019).

Суходолов А. П., Бычкова А. М. «Фейковые новости» как феномен современного медиапространства: понятие, виды, назначение, меры противодействия // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 2. С. 143–169.

Талеб Н. Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса. М.: Колибри–Азбука-Аттикус, 2014.

Таллер М. Дискуссии вокруг Digital Humanities // Историческая информатика. 2012. № 1. С. 5–13.

Татарко А. Н. Индивидуальные ценности и социально-психологический капитал: кросс-культурный анализ // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 1. С. 71–88.

Теория и методология психологии: Постнеклассическая перспектива / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007.

Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Алексеев К. И., Латынов В. В., Цепцов В. В. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. СПб.: Алетейя, 2000.

Фрэнкс Б. Укрощение больших данных. Как извлекать знания из массивов информации с помощью глубокой аналитики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

Харре Р. Грамматика и лексика – векторы социальных представлений // Вопросы социологии. 1993. № 2 (1/2). С. 118–128.

Цуканова О. А. Модели и методы управления информационными ресурсами сетевых сообществ // V Международная научно-практическая конференция «Управление информационной безопасностью в современном обществе» (30 мая–1 июня 2017 г.): Сб. науч. тр. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2017. С. 132–136.

Чалдини Р. Психология влияния. СПб.: Питер, 2010.

Человек в условиях глобальных рисков: социально-психологический анализ / Под ред. А. Л. Журавлева, Т. А. Нестика. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2020.

Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. М.: Наука, 2006.

Чухарев Е. М. Лингвостатистические корреляты спонтанности в компьютерно-опосредованном дискурсе (на материале русскоязычного чата): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009.

Шадриков В. Д. Способности и одаренность человека. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019.

Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций. М.: Гнозис, 2008.

Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004.

Шейнов В. П. Психологическая виктимизация жертв издевательств как источник их отрицательных эмоциональных состояний // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 1. С. 94–123. URL: http://soc-econom-psychology.ru/engine/documents/document662.pdf (дата обращения: 18.08.2019).

Шмелев А. Д. Лексический состав русского языка как отражение «русской души» // Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Под ред. Т. В. Булыгиной, А. Д. Шмелева. М.: Школа русской культуры, 1997. С. 481–497.

Шуленин В. П. Математическая статистика Ч. 3. Робастная статистика: учебник. Томск: НТЛ, 2012.

Щебетенко С. А. Большая пятерка черт личности и активность пользователей социальной сети «В контакте» // Вестник ЮУрГУ. Сер. «Психология». 2013. Т. 6. № 4. С. 73–3.

6 самых масштабных пандемий в новой истории URL: https://zen.yandex.ru/media/srokgodnosti/6-samyh-masshtabnyh-pandemii-v-novoi-istorii-5e37da8505c95d27190515ca (дата обращения: 25.05.20).

Ahuja M. S., Singh J. Neha Practical Applications of Community Detection // International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering. 2016. V. 6. № 4. P. 412–415.

Al Zamal F., Liu W., Ruths D. Homophily and Latent Attribute Inference: Inferring Latent Attributes of Twitter Users from Neighbors // ICWSM. 2012. V. 270.

Albert R., Barabási A-L. Statistical mechanics of complex networks // Rev. Mod. Phys. 2002. V. 74. P. 47–94.

Alkış N., Temizel T. The impact of individual differences on influence strategies // Personality and Individual Differences. 2015. V. 87. P. 147–152.

Al-Mosaiwi M., Johnstone T. In an absolute state: Elevated use of absolutist words is a marker specific to anxiety, depression and suicidal ideation // Clinical Psychological Science. 2018. V. 6 (4). P. 529–542 doi: 10.1177/2167702617747074

Altrichter H., Posch P., Somekh B. Teachers investigate their work: An introduction to the methods of action research. London: Routledge, 1993.

Amazeen M. A., Bucy E. P. Conferring resistance to digital disinformation: The inoculating influence of procedural news knowledge // Journal of Broadcasting & Electronic Media. 2019. V. 63. P. 415–432.

Anderson A. A., Brossard D., Scheufele D. A., Xenos M. A., Ladwig P. The "nasty effect". Online incivility and risk perceptions of emerging technologies // Journal of Computer-Mediated Communication. 2014. V. 19. № 3. P. 373–387.

Anthony L. AntConc: A learner and classroom friendly, multi-platform corpus analysis toolkit // Proceedings of IWLeL. 2004. P. 7–13.

Ardasheva Y., Howell P. B., Magaña M. V. Accessing the classroom discourse community through accountable talk: English learners' voices // TESOL Journal Quarterly. 2016. V. 7 (3). P. 667–699. doi: 10.1002/tesj.237

Arnoux P.-H., Xu A., Boyette N., Mahmud J., Akkiraju R., Sinha V. 25 tweets to know you: A new model to predict personality with social media // Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media. 2017. P. 472–475. URL: https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1704/1704.05513.pdf (дата обращения: 20.04.2021).

Austin J. L. How to Do Things with Words. Oxford: Oxford University Press, 1962.

Azhari M. Z., Oktavia Y. The role of Islamic symbol in advertising among hijabers and non-hijabers using ELM framework // Journal of Management and Leadership. 2019. V. 2. P. 47–57.

Azucar D., Marengo D., Settanni M. Predicting the big 5 personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis // Personality and Individual Differences. 2018. V. 124. P. 150–159.

Bagby R. M., Vachon D. D., Bulmash E. L., Toneatto T., Quilty L. C., Costa P. T. Pathological gambling and the five-factor model of personality // Personality and Individual Differences. 2007. V. 43. P. 873–880.

Bakker B. N., Rooduijn M., Schumacher G. The psychological roots of populist voting: Evidence from the United States, the Netherlands and Germany // European Journal of Political Research. 2016. V. 55. P. 302–320.

Bakshy E., Rosenn I., Marlow C., Adamic L. The role of social networks in information diffusion // Proceedings of the 21st International Conference on World Wide Web. ACM, 2012. P. 519–528.

Ballard A. M., Davis A., Hoffner C. A. The impact of health narratives on persuasion in African American women: A systematic review and meta-analysis // Health Communication. 2020. P. 1–12. URL: doi: 10.1080/10410236.2020.1731936

Barabasi A. L. The Architecture of Complexity: From Network structure to human dynamics. IEEE Control Systems Magazine. 2007. 27 (4). P. 33–42.

Barber P. Birds of the same feather tweet together: Bayesian ideal point estimation using Twitter data // Political Analysis. 2014. V. 23. № 1. P. 76–91.

Barlow M. Monoconc 1.5 and paraconc // International journal of corpus linguistics. 1999. V. 4. № 1. P. 173–184.

Bastos M. T., Mercea D., Charpentier A. Tents, tweets, and events: The interplay between ongoing protests and social media // Journal of Communication. 2015. V. 65 (2). P. 320–350. doi: 10.1111/jcom.12145

Baym N. K. The Emergence of community in computer-mediated communication // S. Jones (Ed.). Cyber Society. Newbury Park, CA: Sage, 2006. P. 138–163.

Benamar L., Balagué C., Ghassany M. The Identification and influence of social roles in a social media product community // Journal of Computer-Mediated Communication. 2017. № 22. P. 337–362. doi: 10.1111/jcc4.12195

Berger J., Milkman K. What makes online content viral? // Journal of Marketing. 2012. V. 49. P. 192–205.

Bersin J. HR Technology Disruptions for 2018. Productivity, Design, and Intelligence Reign. Deloitte Development LLC, 2017. URL: http://marketing.bersin.com/rs/976-LMP-699/images/HRTechDisruptions2018-Report-100517.pdf.

Bhamra R., Dani S., Burnard K. Resilience: the concept, a literature review and future directions // International journal of Production Research. 2011. V. 49 (18). P. 5375–5393.

Bilancini E., Boncinelli L., Capraro V., Celadin T., Di Paolo R. The effect of normbased messages on reading and understanding COVID-19 pandemic response governmental rules. 2020. URL: https://arxiv.org/abs/2005.03998 (дата обращения: 20.04.2021).

Blatt R. Resilience in entrepreneurial teams: Developing the capacity to pull through // Frontiers of Entrepreneurship Research. 2009. V. 29 (11). P. 1–16.

Blondel V. D., Guillaume J. L., Lambiotte R., Lefebvre E. Fast unfolding of communities in large networks // Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment. 2008. № 10. doi: 10.1088/1742-5468/2008/10/P10008

Bodendorf F., Kaiser C. Detecting opinion leaders and trends in online social networks // Proceedings of the Fourth International Conference on Digital Society. 2010. P. 124–129.

Bonetto E., Varet F., Troïan J. To resist or not to resist? Investigating the normative features of resistance to persuasion // Journal of Theoretical Social Psychology. 2019. V. 3. P. 167–175.

Borah A., Tellis G. J. Halo (spillover) effects in social media: Do product recalls of one brand hurt or help rival brands? // Journal of Marketing Research. 2016. V. 53. P. 143–160.

Boughzala I., Kaouane F. Vers un cadre méthodologique pour la conception des communautés professionnelles virtuelles, 10ème colloque de l'AIM, 21–23 septembre 2005, Toulouse, France. Virtual Professional Communities and their role for Knowledge Management AIM 2006 // A. Dudezert, H. Heibült, I. Boughzala (Eds). Information Systems and collaboration: State of the Art and Perspectives, Best Papers of 11th International Conference of the Association Information and Management, Luxemburg, 2006. P. 187–2012. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/fbae/324fea2c6674254e89d4b6973f3b979ba191.pdf.

Bowker L. Corpus linguistics is not just for linguists: Considering the potential of computer-based corpus methods for library and information science research // Library Hi Tech. 2018.

Boyd R. L., Pennebaker J. W. Language-based personality: a new approach to personality in a digital world // Current Opinion in Behavioral Sciences. 2017. V. 18. P. 63–68.

Boyd R. L., Wilson S. R., Pennebaker J. W., Kosinski M., Stillwell D. J., Mihalcea R. Values in words: Using language to evaluate and understand personal values // Ninth International AAAI Conference on Web and Social Media. 2015. P. 31–40. URL: https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM15/paper/viewFile/10482/10486.

Brinol P., Petty R. E. The impact of individual differences on attitudes and attitude change // D. Albarracín, B. T. Johnson (Eds). Handbook of Attitudes. 2nd ed. V. 1. N. Y.: Routledge, 2019. P. 520–556.

Budzanowska-Drzewiecka M. Cross-cultural Differences in Electronic Word-of-Mouth: A Literature Review // 20th International Joint Conference Central and Eastern Europe in the Changing Business Environment: Proceedings. Praha: Oeconomica Publishing House. 2020. P. 11–22.

Burnap P., Williams M. L., Sloan L. Tweeting the terror: Modelling the social media reaction to the Woolwich terrorist attack // Social Network Analysis and Mining. 2014. V. 4 (1). P. 1–14.

Busselle R. Schema theory and mental models // P. Rossler (Ed.). The international encyclopedia of media effects. Hoboken, N. J.: Wiley-Blackwell, 2017. P. 1753–1760.

Campbell M. C., Kirmani A. I know what you're doing and why you're doing it: The use of persuasion knowledge model in consumer research // C. P. Haugtvedt, P. Herr, F. R. Kardes (Eds). Handbook of consumer psychology. N. Y.: Lawrence Erlbaum Associates, 2008. P. 449–573.

Cappella J. N., Price V., Nir L. Argument repertoire as a reliable and valid measure of opinion quality: Electronic dialogue during campaign 2000 // Political Communication. 2002. V. 19. № 1. P. 73–93.

Capraro V., Barcelo H. The effect of messaging and gender on intentions to wear a face covering to slow down COVID-19 transmission // PsyArXiv. 2020. doi: 10.31234/osf.io/tg7vz

Castellano C., Fortunato S., Loreto V. Statistical physics of social dynamics // Reviews of Modern Physics. 2009. V. 81 (2). P. 591–645. doi: 10.1103/RevModPhys.81.591

Chan M. P. S., Jones C. R., Hall Jamieson K., Albarracín D. Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation // Psychological Science. 2017. V. 28. P. 1531–1546.

Chau D., Lee C. Discursive construction of identities in a social network-educational space: Insights from an undergraduate Facebook group

for a linguistics course // Discourse, Context & Media. 2017. V. 18. P. 31–39.

Chen J., Haber E., Kang R., Hsieh G., Mahmud J. Making use of derived personality: the case of social media ad targeting // Proceedings of the Ninth International AAAI Conference on Web and Social Media. 2015. P. 51–60.

Cheung M. K., Thadani D. R. The impact of electronic word-of-mouth communication: a literature analysis and integrative model // Decision Support Systems. 2012. V. 54. № 1. P. 461–470. doi: 10.1016/j.dss.2012.06.008

Choi D., Bang H., Wojdynski B., Lee Y-I., Keib K. How brand disclosure timing and brand prominence influence consumer's intention to share branded entertainment content // Journal of Interactive Marketing. 2018. V. 42. P. 18–31.

Choudhury M., Kiciman E., Dredze M., Coppersmith G., Kumar M. Discovering shifts to suicidal ideation from mental health content in social media // Proc. Conf. Human Factors Comput. Systems. San Jose, CA, 2016. P. 2098–2110.

Cichocka A., Dhont K. The personality bases of political ideology and behavior // The Sage Handbook of Personality and Individual Differences. V. Zeigler-Hill, T. K. Shackelford (Eds). London: Sage, 2018. P. 323–352.

Coffey A., Atkinson P. Narratives and stories // Making sense of qualitative data: Complementary Research strategies. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. P. 54–82.

Crano W. D., Seyranian V. How minorities prevail: The context/comparison – leniency contract model // Journal of Social Issues. 2009. V. 65. P. 335–363.

Cucurull G., Rodríguez P., Yazici V. O., Gonfaus J. M., Roca F., González J. Deep inference of personality traits by integrating image and word use in social networks // ArXiv. 2018. URL: https://arxiv.org/pdf/1802.06757.pdf.

Davison S. An exploratory study of risk and social media: What role did social media play in the Arab Spring revolutions? // Journal of Middle East Media. 2015. V. 11. P. 1–34.

Dehghani M., Johnson K. M., Garten J., Boghrati R., Hoover J., Balasubramanian V., Singh A., Shankar Y., Pulickal L., Rajkumar A., Parmar N. J. TACIT: An open-source text analysis, crawling and interpretation tool // Behav Res Methods. 2017. V. 49 (2). P. 538–547. doi: 10.3758/s13428-016-0722-4

Deleuze G., Guattari F. Mille Plateaux. P., 1980.

Deleuze G., Guattari F. Rhizome. Introduction. P., 1976.

Ding T., Pan S. Personalized emphasis framing for persuasive message generation // Proceedings of the 2016 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing. Austin, TX, 2016. P. 1432–1441.

Discursive Psychology in Practice / Eds R. Harre, P. Stearns. London, 1995.

Djik van J. The Network Society: Social Aspects of New Media, De netwerkmaastchappij. Houten, The Netherlands: Bohn Stafleu, Van Loghum, 1991.

Doyle C., Herga Z., Dipple S., Szymanski B., Korniss G., Mladenic D. Predicting complex user behavior from CDR based social networks // ArXiv. 2019. URL: https://arxiv.org/pdf/1903.12579.pdf.

Drouin M., Boyd R. L., Greidanus Romaneli M. Predicting recidivism among internet child sex sting offenders using psychological language analysis // Cyberpsychology, Behavior and Social Networking. 2018. V. 21. P. 78–83.

Dufau S., Duñabeitia J. A., Moret-Tatay C. et al. Smart Phone, Smart Science: How the Use of Smartphones Can Revolutionize Research in Cognitive Science // PLoS One. 2011. V. 6 (9). e24974. doi: 10.1371/journal.pone.0024974

Dwyer N., Marsh S. What can the hashtag #trust tell us about how users conceptualise trust? // Twelfth Annual International Conference on Privacy, Security and Trust. 2014. P. 398–402. doi: 10.1109/PST.2014.6890966

Ecker A. Estimating policy positions using social network data: cross-validating position estimates of political parties and individual legislators in the Polish parliament // Social Science Computer Review. 2017. V. 35. № 1. P. 53–67.

Ecker U. K., Lewandowsky S., Swire B., Chang D. Correcting false information in memory: Manipulating the strength of misinformation encoding and its retraction // Psychonomic Bulletin & Review. 2011. V. 18. P. 570–578.

Edvards D., Potter J. Discursive psychology. London: Sage, 1992.

Esser F., Spanier B. News Management as News: How Media Politics Leads to Metacoverage // Journal of Political Marketing. 2005. V. 4 (4). P. 27–58.

Everett J. A., Colombatto C., Chituc V., Brady W. J., Crockett M. The effectiveness of moral messages on public health behavioral intentions during the COVID-19 pandemic // PsyArXiv. 2020. URL: https://psyarxiv.com/9yqs8.

Evert S., Hardie A. Twenty-first century corpus workbench: Updating a query architecture for the new millennium. 2011.

Farnadi G., Sitaraman G., Sushmita S., Celli F., Kosinski M., Stillwell D., De Cock M. Computational personality recognition in social media // User Modeling and User-Adapted Interaction. 2016. V. 26. P. 109–142.

Feng S., Banerjee R., Choi Y. Syntactic stylometry for deception detection // Proceedings of the 50th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: Short Papers. V. 2. Association for Computational Linguistics. 2012. P. 171–175.

Festinger L. A Theory of cognitive dissonance. Stanford University Press, 1962.

Fishkin J. S., Luskin R. C. Experimenting with a democratic ideal: Deliberative polling and public opinion // Acta Politica. 2005. V. 40. P. 284–298.

Franks P., Chapman B., Duberstein P., Jerant A. Five factor model personality factors moderated the effects of an intervention to enhance chronic disease management self-efficacy // British Journal of Health Psychology. 2009. V. 14. P. 473–487.

French M., Bazarova N. N. Is Anybody Out There? Understanding Masspersonal Communication Through Expectations for Response Across Social Media Platforms // Journal of Computer-Mediated Communication. 2017. V. 22. № 6. P. 303–319. doi: 10.1111/jcc4.12197

Friestad M., Wright P. The Persuasion Knowledge Model: How people cope with persuasion attempts // Journal of Consumer Research. 1994. V. 21. P. 62–74.

Friggeri A., Adamic L. A., Eckles D., Cheng J. Rumor Cascades // Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. 2014. P. 101–110. URL: https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/viewFile/8122/8110.

Frison E., Eggermont S. Exploring the Relationships Between Different Types of Facebook Use, Perceived Online Social Support and Adolescents' Depressed Mood Social // Science Computer Review. 2015. V. 34 (2). P. 53–171. doi: 10.1177/0894439314567449

Gable R. K., Wolf M. B. Instrument development in the affective domain: Measuring Attitudes and Values in Corporate and School Settings. 2nd Ed. Boston: Kluwer Academic Publishers, 1993.

Gallagher K., Updegraff J. Health message framing effects on attitudes, intentions, and behavior: a meta-analytic review // Annals of Behavioral Medicine. 2011. V. 43. P. 101–116.

Galuba W., Aberer K., Chakraborty D., Despotovic Z., Kellerer K. Outtweeting the Twitterers: Predicting Information Cascades in Microblogs // Proceedings of the 3rd International Conference on Online Social Net-

works. USENIX Association, 2010. P. 33. URL: https://www.usenix.org/legacy/event/wosn10/tech/full_papers/Galuba.pdf.

Garrett R. K. Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate // Journal of Communication. 2009. V. 59. P. 676–699.

Ge R., Feng J., Gu B., Zhang P. Predicting and deterring default with social media information in peer-to-peer lending // Journal of Management Information Systems. 2017. V. 34. P. 401–424.

Gefen D., Pavlou P. Building effective online marketplaces with institution-based trust // Information Systems Research. 2004. V. 15 (1). P. 37–59.

George G., Haas M. R., Pentland A. Big data and management // Academy of Management Journal. 2014. V. 57 (2). P. 321–326.

Geschke D., Lorenz J., Holtz P. The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a meta-theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers // British Journal of Social Psychology. 2019. V. 58. P. 129–149.

Girvan M., Newman M. Community structure in social and biological networks // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2002. V. 99. № 12. P. 7821–7826.

Gjurkovic M., Snajder. J. Reddit: A gold mine for personality prediction // Proceedings of the Second Workshop on Computational Modeling of Peoples Opinions, Personality and Emotions in Social Media. 2018. P. 87–97. URL: https://www.aclweb.org/anthology/W18-1112.pdf.

Gladstone J. J., Matz S. C., Lemaire A. Can psychological traits be inferred from spending? Evidence from transaction data // Psychological Science. 2019. URL: http://discovery.ucl.ac.uk/10076117/3/Gladstone_final%20manuscript.pdf.

Glaser B. Theoretical sensitivity. Mill Valley, CA: Sociology Press, 1978.

Glaser B. G. Basics of Grounded Theory Analysis: Emergence vs. Forcing. Mill Valley: Sociology Press, 1992.

Glaser B., Strauss A. The discovery of grounded theory. Chicago: Aldine, 1967.

Globerman S., Roehl Th. W., Standifird S. Globalization and electronic commerce: inferences from retail brokering // Journal of International Business Studies. 2001. V. 32. № 4. P. 749–768.

Golbeck J. Predicting personality from social media text // AIS Transactions on Replication Research. 2016. V. 2. Art. 2. URL: https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1011&context=trr.

Golbeck J., Robles C., Turner K. Predicting personality with social media // CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems. N. Y.: ACM, 2011. P. 253–262.

Goldstein B. Collaborative resilience: Moving through crisis to opportunity. Cambridge: MIT Press, 2011.

Goleman D. Emotional Intelligence. New-York: Bantam Books, 1995.

González-Bailón S., Borge-Holthoefer J., Rivero A., MorenoY. The Dynamics of Protest Recruitment through an Online Network // Scientific Reports. 2011. № 197. doi: 10.1038/srep00197

Gou. L. Visualizing personality traits derived from social media // Electronic proceedings of the IEEE VIS 2015 workshop Personal Visualization: Exploring Data in Everyday Life. Chicago, 2015. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/df3f/25a9bba53d77b27837d01cc668b1c54102bb.pdf.

Gough A., Hunter R. F., Ajao O., Jurek A., McKeown G., Hong J., McCarthy M. Tweet for behavior change: Using social media for the dissemination of public health messages // JMIR Public Health and Surveillance. 2017. V. 3. URL: https://publichealth.jmir.org/2017/1/e14.

Goyal A., Bonchi F., Lakshmanan L. V. S. A data-based approach to social influence maximization // Proceedings of the VLDB Endowment. 2012. V. 5 (1). P. 73–84.

Greaves C. ConcGram 1.0 // A phraseological search engine. 2009.

Green M. C., Brock T. C. The role of transportation in the persuasiveness of public narratives // Journal of Personality and Social Psychology. 2000. V. 79. P. 701–721.

Grunebaum M. F. Suicidology meets "Big Data" // Journal of Clinical Psychiatry. 2015. V. 76. № 3. P. e383–e384.

Gulamali A., Julia P. Social media influencer and brand switching. MSc Thesis. School of Economics and Management, LUND UNIVERSITY. 2017. URL: http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=8910352&fileOId=8910354.

Guntuku S. C., Preotiuc-Pietro D., Eichstaedt J. C., Ungar L. What twitter profile and posted images reveal about depression and anxiety // Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media. 2019. V. 13. P. 236–246.

Guntuku S. C., Yaden D. B., Kern M. L., Ungar L. H., Eichstaedt J. C. Detecting depression and mental illness on social media: an integrative review // Current Opinion in Behavioral Sciences. 2017. V. 18. P. 43–49.

Guzzo R. A., Fink A. A., King E., Tonidandel S., Landis R. S. Big data recommendations for industrial-organizational psychology // Industrial and Organizational Psychology. 2015. V. 8 (4). P. 491–508.

Hager L., Maier B. J., O'Hara E., Ott D., Saldaña J. Theatre teachers' perceptions of Arizona state standards // Youth Theatre Journal. 2000. V. 14. P. 64–77.

Halpern D. Gibbs J. Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression // Computers in Human Behavior. 2013. № 29 (3). P. 1159–1168.

Hamel G., Valikangas L. The quest for resilience // Harvard Business Review. 2003. V. 81 (9). P. 52–63.

Hammond M. What is an online community? A new definition based around commitment, connection, reciprocity, interaction, agency and consequences // International Journal of Web Based Communities. 2017. V. 13. № 1. P. 118–136.

Hansen N., Kupfer A. K., Hennig-Thurau T. Brand crisis in the digital age: The short- and long-term effects of social media firestorms on consumers and brands // International Journal of Research in Marketing. 2018. P. 1–51. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167811618300351.

Hardalov M., Koychev I., Nakov P. In search of credible news // International Conference on Artificial Intelligence: Methodology, Systems and Applications. Cham: Springer, 2016. P. 172–180.

Hardie A. CQPweb – combining power, flexibility and usability in a corpus analysis tool // International Journal of Corpus Linguistics. 2012. V. 17. № 3. P. 380–409.

Harre R., Gillet G. Discursive mind. London: Sage, 1994.

Heffner J., Vives M.-L., FeldmanHall O. Emotional responses to prosocial messages increase willingness to self-isolate during the COVID-19 pandemic // PsyArXiv. 2020. URL: https://psyarxiv.com/qkxvb.

Heiden S. The TXM platform: Building open-source textual analysis software compatible with the TEI encoding scheme // 24th Pacific Asia conference on language, information and computation. Institute for Digital Enhancement of Cognitive Development, Waseda University. 2010. P. 389–398.

Heirman W., Angelopoulos S., Wegge D., Vandebosch H., Eggermont S., Walrave M. Cyberbullying-entrenched or cyberbully-free classrooms? A class network and class composition approach // Journal of Computer-Me-

diated Communication. 2015. V. 20. № 3. P. 260–277. doi: 10.1111/jcc4.12111

Hinds J., Joinson A. Human and computer personality prediction from digital footprints // Current Directions in Psychological Science. 2019. V. 28. P. 204–211.

Hirsh J. B., Kang S. K., Bodenhausen G. V. Personalized persuasion: Tailoring persuasive appeals to recipients' personality traits // Psychological Science. 2012. V. 23. P. 578–581.

Hogg M. A., Reid S. A. Social identity, self-categorization and the communication of group norms // Communication Theory. 2006. № 16 (1). P. 7–30.

Hollnagel E., Woods D., Leveson N. Resilience Engineering: Concepts and Precepts. Hampshire: Ashgate Publishing Limited, 2006.

Hong J. W., Choi S., Williams D. Sexist AI: An Experiment Integrating CASA and ELM // International Journal of Human-Computer Interaction. 2020. V. 15. P. 1–4.

Hong S., Cameron G. T. Will comments change your opinion? The persuasion effects of online comments and heuristic cues in crisis communication // Journal of Contingencies and Crisis Management. 2018. V. 26. P. 173–182.

Hullett C. R. The impact of mood on persuasion. Communication Research. 2005. 32. P. 423–442.

Ingen van E., Utz S., Toepoel V. Online coping after negative life events: measurement, prevalence and relation with Internet activities and well-being // Social Science Computer Review. 2016. 34 (5). P. 511–529.

Ismagilova E., Slade E. L., Rana N. P., Dwivedi Y. K. The effect of electronic word of mouth communications on intention to buy: a meta-analysis // Information Systems Frontiers. 2019. V. 22. P. 1203–1226.

Jager W. Enhancing the realism of simulation (EROS): On implementing and developing psychological theory in social simulation // Journal of Artificial Societies and Social Simulation. 2017. V. 20. P. 14.

Jashinsky J., Burton S. H., Hanson C. L., West J., Giraud-Carrier C. Tracking suicide risk factors through Twitter in the US // Crisis. 2014. V. 35. P. 51–59.

Jeong M., Zo H., Lee C. H. Feeling displeasure from online social media postings: a study using cognitive dissonance theory // Computers in Human Behavior. 2019. V. 97. P. 231–240.

Johnson B. T., Wolf L., Maio G., Smith-McLallen A. Communication-induced persuasion or resistance: processes and effects of who says what

to whom // B. T. Johnson, D. Albarracín (Eds). The handbook of attitudes. 2nd ed. N. Y.: Psychology Press, 2019. P. 557–601.

Jones M. N. Developing cognitive theory by mining large-scale naturalistic data // N. Michael, M. N. Jones (Eds). Big Data in Cognitive Science. Frontiers of Cognitive Psychology. Routledge, 2017. P. 1.

Jordan J. J., Yoeli E., Rand D. G. Don't get it or don't spread it? Comparing self-interested versus prosocially framed COVID-19 prevention messaging // PsyArXiv. 2020. URL: https://psyarxiv.com/yuq7x.

Kahneman D. Thinking, fast and slow. N. Y.: Farrar, Straus and Giroux, 2011.

Kalimeri K., Beiró M., Delfino M., Raleigh R., Cattuto C. Predicting demographics, moral foundations and human values from digital behaviors // Computers in Human Behavior. 2019. 92. P. 428–445.

Kaptein M., Markopoulos P., de Ruyter B., Aarts E. Personalizing persuasive technologies: Explicit and implicit personalization using persuasion profiles // International Journal of Human–Computer Studies. 2015. V. 77. P. 38–51.

Kaptein M. C., de Ruyter B., Markopoulos P., Aarts E. Tailored persuasive text messages to reduce snacking // ACM Transactions on Interactive Intelligent Systems. 2012. V. 2. P. 10–35.

Karpf D. Understanding blogspace // Journal of Information Technology & Politics. 2008. V. 12 (17). V. 5. P. 369–385.

Katz E., Lazarsfeld P. Personal influence; The Part played by people in the flow of communication. N. Y., 1955.

Kehus M., Walters K., Shaw M. Definition and genesis of an online discourse community // International Journal of Learning. 2010. № 17. P. 67–85. doi: 10.18848/1447-9494/ CGP/v17i04/46968

Kesebir P., Kesebir S. The cultural salience of moral character and virtue declined in twentieth century America // Journal of Positive Psychology. 2012. V. 7 (6). P. 471–480.

Kilgarriff A. et al. The Sketch Engine: ten years on // Lexicography. 2014. V. 1. № 1. P. 7–36.

Kim S. M., Hovy E. Extracting opinions, opinion holders and topics expressed in online news media text // Proceedings of the ACL Workshop on Sentiment and Subjectivity in Text. 2006. doi: 10.3115/1654641.1654642

Knobloch-Westerwick S., Johnson B. K., Silver N. A., Westerwick A. Science exemplars in the eye of the beholder: How exposure to online science information affects attitudes // Science Communication. 2015. V. 37. P. 575–601.

Korula N., Lattanzi S. An efficient reconciliation algorithm for social networks // Proceedings of the VLDB Endowment. 2014. V. 7. № 5. P. 377–388.

Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2013. V. 110 (15). P. 5802–5805.

Kosinski M., Bachrach Y., Kohli P., Stillwell D., Graepel T. Manifestations of user personality in website choice and behavior on online social networks // Machine Learning. 2014. V. 95. P. 357–380.

Kramer A. D., Guillory J. E., & Hancock J. T. Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2014. V. 111 (24). P. 8780–8790.

Krasnova H., Widjaja T., Buxmann P., Wenninger H., Benbasat I. Why following friends can hurt you: An exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users // Information Systems Research. 2015. V. 26 (3). P. 585–605. doi: 10.1287/isre.2015.0588

Krebs P., Prochaska J. O., Rossi, J. S. A meta-analysis of computer-tailored interventions for health behavior change // Preventive Medicine. 2010. V. 51. P. 214–221.

Krishnamurthy B., Gill P., Arlitt M. A few chirps about twitter // Proceedings of the First Workshop on On-line Social Networks. 2008. P. 19–24.

Krotzek L. J. Inside the voter's mind: The effect of psychometric microtargeting on feelings toward and propensity to vote for a candidate // International Journal of Communication. 2019. V. 13. P. 3609–3629.

Kryvasheyeu Y., Chen H., Obradovich N., Moro E., Van Hentenryck P., Fowler J., Cebrian M. Rapid assessment of disaster damage using social media activity // Science Advances. 2016. V. 2 (3). e1500779. doi: 10.1126/sciadv.1500779

Kumar N., Reddy R. N. Automatic detection of fake profiles in online social networks. 2012.

Kumar S., Shah N. False information on web and social media: a survey // ArXiv. 2018. URL: https://arxiv.org/pdf/1804.08559.pdf.

Kuss D. J., Griffiths M. D. Online social networking and addiction. A review of the psychological literature // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2011. V. 8. P. 3528–3552.

Lambiotte R., Kosinski M. Tracking the digital footprints of personality // Proceedings of the Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE). 2014. V. 102 (12). P. 1934–1939.

Laranjo L., Arguel A., Neves A. L., Gallagher A. M., Kaplan R., Mortimer N., Mendes G. A., Lau A. Y. The influence of social networking sites on health behavior change: a systematic review and meta-analysis // Journal of the American Medical Informatics Association. 2015. V. 22. P. 243–256.

Latour B. Network, societies, spheres: Reflections of an actor–network theorist // International Journal of Communication. 2011. V. 5. P. 796–810.

Lazar J., Preece J. Classification Schema for Online Communities // Proceedings of the Fourth Americas Conference on Information Systems. Baltimore, MD, 1998. P. 84–86.

LeCompte M. D., Preissle J. Ethnography and qualitative design in educational research. 2nd Ed. San Diego: Academic Press, 1993.

Lee F., Vogel D., Limayem M. Virtual community informatics: a review and research agenda // Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA). 2003. V. 5 (1). P. 47–61.

Lemay D. J., Doleck T., Bazelais P. Do instrumental goal pursuits mediate feelings of envy on Facebook and Happiness or subjective well-being? // Computers in Human Behavior. 2019. V. 91. P. 186–191.

Lerman K., Ghosh R. Information contagion: an empirical study of the spread of news on Digg and Twitter social networks // Proceedings of the 4th International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM). 2010. URL: http://arxiv.org/pdf/1003.2664.pdf.

Levine M. S. Canonical analysis and factor comparison. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1977.

Lewinski P., Fransen M. L., Tan E. S. Embodied Resistance to Persuasion in Advertising // Frontiers in Psychology. 2016. V. 7. P. 1202. doi: 10.3389/fpsyg.2016.01202

Lex E., Juffinger A., Granitzer M. Objectivity classification in online media // Proceedings of the 21st ACM conference on Hypertext and hypermedia. ACM, 2010. P. 293–294.

Li Kam Wa R., Liu Y., Lane N. D., Zhong L. MoodScope: building a mood sensor from smartphone usage patterns // MobiSys 2013 – Proceedings of the 11th Annual International Conference on Mobile Systems, Applications and Services. 2013. P. 389–402. URL: https://yecl.org/publications/likamwa2013mobisys2.pdf.

Liang Y., Tukachinsky R. H. Narrative persuasion 2.0: Transportation in participatory websites // Communication Research Reports. 2017. V. 34. P. 201–210.

Lin M., Hung S., Chen C. Fostering the determinants of knowledge sharing in professional virtual communities // Journal Computers in Human Behavior. 2009. V. 25 (4). P. 929–939 doi: 10.1016/j.chb.2009.03.008

Liu B. Sentiment-analysis and opinion mining. San Rafael, CA: Morgan & Claypool, 2012.

Liu C. Y., Yu C. P. Can Facebook use induce well-being? // Cyberpsychol. Behav. Soc. Netw. 2013. V. 16 (9). P. 674–678. doi: 10.1089/cyber.2012.0301

Liu H., Huang Y., Wang Z., Liu K., Hu X., Wang W. Personality or value: A comparative study of psychographic segmentation based on an online review enhanced recommender system // Applied Sciences. 2019. V. 9. P. 1992.

Liu L., Preotiuc-Pietro D., Samani Z. R., Moghaddam M. E., Ungar L. H. Analyzing personality through social media profile picture choice // Proceedings of the 10th International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2016). 2016. P. 211–220). URL: https://aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM16/paper/download/13102/12741.

Lukin S., Anand P., Walker M., Whittaker S. Argument strength is in the eye of the beholder: Audience effects in persuasion // Proceedings of the 15th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics. 2017. P. 742–753.

Lunn P. D., Timmons S., Belton C. A., Barjaková M., Julienne H., Lavin C. Motivating social distancing during the COVID-19 pandemic: An online experiment. Economic and Social Research Institute, 2020. doi: 10.31234/osf.io/x4agb

Madan A., Cebrian M., Lazer D., Pentland A. Social sensing for epidemiological behavior change // Proceedings of the UbiComp '10: 2010 ACM Conf. Ubiquitous Comput. Copenhagen, 2010. P. 291–300. URL: http://web.media.mit.edu/~cebrian/sensing.pdf.

Madsen J. K. Pilditch T. D. A method for evaluating cognitively informed micro-targeted campaign strategies: An agent-based model proof of principle // PLoS One. 2018. V. 13. doi: 10.1371/journal.pone.0193909

Mairesse F., Walker M. A., Mehl M. R., Moore R. K. Using linguistic cues for the automatic recognition of personality in conversation and text // Journal of Artificial Intelligence Research. 2007. № 30. P. 457–500.

Mann W. C., Thompson S. A. Rhetorical structure theory: Toward a functional theory of text organization // Text-Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse. 1988. V. 8. № 3. P. 243–281.

Manovich L. Cultural data: possibilities and limitations of digitized archives // Museum and Archive on the Move. Changing Cultural Institutions in

the Digital Era / O. Grau, W. Coones, V. Rühse (Eds). Berlin–Boston: De Gruyter, 2017. P. 259–276.

Markowetz A., Błaszkiewicz K., Montag C., Switala C., Schlaepfer T. E. Psycho-informatics: Big data shaping modern psychometrics // Medical Hypotheses. 2014. V. 82. P. 405–411.

Masten A. Resilience in children threatened by extreme adversity: frameworks for research, practice and translational synergy // Development and Psychopathology. 2011. V. 23. P. 493–506.

Matz S., Kosinski M., Nave G., Stillwell D. Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion // Proceedings of the National Academy of Sciences U. S. A. 2017a. V. 114. P. 12714–12719.

Matz S., Kosinski M., Stillwell D., Nave G. Psychological framing as an effective approach to real-life persuasive communication // A. Gneezy, V. Griskevicius, P. Williams (Eds). Advances in Consumer Research. V. 45. Duluth, MN. Association for Consumer Research. 2017b. P. 276–281.

McEwen K. Building Team Resilience. Adelaide: Mindset Publications, 2016.

McEwen K., Boyd C. A Measure of Team Resilience: Developing the Resilience at Work Team Scale // Journal of Occupational and Environmental Medicine. 2018. V. 60 (3). P. 258–272.

Mehl M. R., Pennebaker J. W. The social dynamics of a cultural upheaval: Social interactions surrounding September 11 // Psychological Science. 2003. V. 14 (6). P. 579–585.

Meneghel I., Martínez I., Salanova M. Job-related antecedents of team resilience and improved team performance // Personnel Review. 2016. V. 45. № 3. P. 505–522.

Miles M. B., Huberman A. M., Saldaña J. Qualitive data analysis: A methods sourcebook. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2014.

Miller G. The smartphone psychology manifesto // Perspectives on Psychological Science. 2012. V. 7 (3). P. 221–237. doi: 10.1177/1745691612441215

Mislove A. et al. You are who you know: inferring user profiles in online social networks // Proceedings of the third ACM international conference on Web search and data mining. ACM, 2010. P. 251–260.

Mitroff S. R., Biggs A. T., Adamo S. H., Dowd E. W., Winkle J., Clark K. What can 1 billion trials tell us about visual search? // Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance. 2015. V. 41. P. 1–5. doi: 10.1037/xhp0000012

Mohr D. C., Zhang M., Schueller S. M. Personal sensing: understanding mental health using ubiquitous sensors and machine learning // Annual Review of Clinical Psychology. 2017. V. 13. P. 23–47.

Moon Y. Personalization and personality: Some effects of customizing message style based on consumer personality // Journal of Consumer Psychology. 2002. V. 12. P. 313–326.

Moran G., Muzellec L. eWOM credibility on social networking sites: a framework // Journal of Marketing Communications. 2017. V. 23. P. 149–161.

Newman M. L., Pennebaker J. W., Berry D. S., Richards J. M. Lying words: predicting deception from linguistic styles // Personality and Social Psychology Bulletin. 2003. V. 29 (5). P. 665–675.

Newman M., Girvan M. Finding and evaluating community structure in networks // Physical Review E. 2004. V. 69. № 2. P. 1–15.

Noar S. M., Benac C. N., Harris M. S. Does tailoring matter? Meta-analytic review of tailored print health behavior change interventions // Psychological Bulletin. 2007. V. 133. P. 673–693.

O'Sullivan P. B., Flanagin A. J. Reconceptualizing 'flaming' and other problematic messages // New Media & Society. 2003. V. 5. № 1. P. 69–94.

O'Sullivan P. B., Carr C. T. Masspersonal communication: A model bridging the mass-interpersonal divide // New Media & Society. 2017. V. 20 (3). P. 1161–1180. doi: 10.1177/1461444816686104

Olorunnisola A. A., Douai A. New Media Influence on Social and Political change in Africa. Information Science Reference. USA: IGI Global, 2013.

Orji K. The Impact of cultural differences on the persuasiveness of influence strategies // Adjunct Proceedings of the 11th International Conference on Persuasive Technology. 2016. P. 38–41.

Ott M., Choi Y., Cardie C., Hancock J. T. Finding deceptive opinion spam by any stretch of the imagination // Proceedings of the 49th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies. V. 1. Association for Computational Linguistics, 2011. P. 309–319.

Park G., Schwartz H. A., Eichstaedt J. C., Kern M. L., Kosinski M., Stillwell D. J., Seligman M. E. Automatic personality assessment through social media language // Journal of Personality and Social Psychology. 2015. V. 108. P. 934–952.

Park H. H., Jeon J. O. The impact of mixed eWOM sequence on brand attitude change: Cross-cultural differences // International Marketing Review. 2018. V. 35. P. 390–411.

Parrish J. L. Jr, Bailey J. L., Courtney J. F. A personality based model for determining susceptibility to phishing attacks // Decision Sciences Institute. 2009. P. 285–296.

Paxton A., Rodriguez K., & Dale R. PsyGlass: Capitalizing on Google Glass for naturalistic data collection // Behavior Research Methods. 2015. V. 47. P. 608–619.

Pennebaker J. W., King L. A. Linguistic styles: language use as an individual difference // Journal of Personality and Social Psychology. 1999. V. 77 (6). P. 1296–1312.

Pennebaker J. W., Booth R. J., Boyd R. L., Francis M. E. Linguistic Inquiry and Word Count: LIWC2015. Austin, TX: Pennebaker Conglomerates, 2015.

Pennebaker J. W., Campbell R. S. The effects of writing about traumatic experience // Clinical Quarterly. 2000. № 9. P. 17–21.

P rez-Rosas V., Kleinberg B., Lefevre A. Mihalcea R. Automatic detection of fake news // ArXiv. 2017. URL: https://arxiv.org/pdf/1708.07104.pdf.

Petty R. E., Briñol P. Psychological processes underlying persuasion // Diogenes. 2008. V. 217. P. 52–67.

Pfau M., Compton J., Parker K. A., Wittenberg E. M., An C., Ferguson M. The traditional explanation for resistance versus attitude accessibility: do they trigger distinct or overlapping processes of resistance? // Human Communication Research. 2004. V. 30 (3). P. 329–360.

Pisarevskaya D. Rhetorical Structure Theory as a Feature for Deception Detection in News Reports in the Russian Language // Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Proceedings of the Annual International Conference "Dialogue". 2017. V. 1. P. 191–200.

Postmes T., Spears R., Lea M. Breaching or building social boundaries? Side-effects of computer-mediated communication // Communication Research. 1998. V. 25 (6). P. 689–715.

Potter J. Discoursive psychology and the study of Naturally occurring Talk // Qualitative Research. London: Sage, 2011. P. 187–207.

Potter J., Whetherel M. Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour. London: Sage, 1987.

Pramoolsook I. A multi-layered discourse community: Defining biotechnology and environmental engineering discourse communities at SUT // Suranaree J. Soc. Sci. 2008. V. 2 (1). P. 85–97.

Preece J., Nonnecke B., Andrews D. The top five reasons for lurking: improving community experiences for everyone // Computers in Human Behavior. 2004. V. 20 (2). P. 201–223.

Procter R., Vis F., Voss A. Reading the riots on Twitter: methodological innovation for the analysis of big data // International Journal of Social Research Methodology. 2013. V. 16 (3). P. 197.–214. doi: 10.1080/13645579.2013.774172

Prus R. Symbolic interaction and ethnographic research: Intersubjectivity and the study of human lived experience. Albany, N. Y.: SUNY Press, 1996.

Putka D. J., Oswald F. L. Implications of the big data movement for the advancement of IO science and practice // S. Tonidandel, E. King, J. M. Cortina (Eds). Big data at work: The data science revolution and organizational psychology. N. Y.: Routledge, 2015. P. 181–212.

Quercia D., Kosinski M., Stillwell D., Crowcroft J. Our Twitter profiles, our selves: Predicting personality with Twitter // Proceedings of IEEE Social Com. Boston, MA, 2011. P. 180–185.

Raynauld V., Turcotte A. "Different strokes for different folks": implications of voter micro-targeting and appeal in the age of Donald Trump // Political Marketing in the 2016 U. S. Presidential Election / J. Gillies (Ed.). Cham: Palgrave Macmillan, 2018. P. 11–28.

Reichelt J., Sievert J., Jacob F. How credibility affects eWOM reading: The influences of expertise, trustworthiness, and similarity on utilitarian and social functions // Journal of Marketing Communications. 2014. V. 20. P. 65–81.

Reicher S. D., Spears R., Postmes T., Kende A. Disputing deindividuation: Why negative group behaviours derive from group norms, not group immersion // Behavioral and Brain Sciences. 2016. V. 39. E161. doi: 10.1017/S0140525X15001491

Reijmersdal van E., Fransen M., Noort van G., Opree S., Vandeberg L., Reusch S., van Lieshout F., Boerman S. Effects of disclosing sponsored content in blogs: How the use of resistance strategies mediates effects on persuasion // The American Behavioral Scientist. 2016. V. 60. P. 1458–1474.

Rier D. A. Internet social support groups as moral agents: the ethical dynamics of HIV+ status disclosure // Sociology of Health & Illness. 2007. V. 29 (7). P. 1043–1058. doi: 10.1111/j.1467-9566.2007.01023.x

Ringbeck D., Seeberger D., Huchzermeier A. Toward personalized online shopping: Predicting personality traits based on online shopping behavior // SSRN. 2019. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3406297.

Rosvall M., Bergstrom C. T. Maps of random walks on complex networks reveal community structure // Proc. Natl Acad. Sci. USA. 2008. V. 105. № 4. P. 1118–1123.

Rosvall M., Bergstrom C. T., Axelsson D. The map equation // The European Physical Journal Special Topics. 2009. V. 178. № 1. P. 13–23.

Roth M., Ben-David A., Deutscher D. Suggesting Friends Using the Implicit Social Graph – KDD'10, July 25–28, 2010. Washington, D. C., 2010.

Rubin V. L., Chen Y., Conroy N. J. Deception detection for news: three types of fakes // Proceedings of the Association for Information Science and Technology. 2015a. V. 52. № 1. P. 1–4.

Rubin V. L., Conroy N. J., Chen Y. Towards news verification: Deception detection methods for news discourse // Hawaii International Conference on System Sciences. 2015b.

Rude S. S., Gortner E.-M., Pennebaker J. W. Language use of depressed and depression-vulnerable college students // Cognition and Emotion. 2004. V. 18. P. 1121–1133.

Ruiz C., Domingo D., Micó J. L., Díaz Noci J., Meso K., Masip P. The democratic qualities of citizen debates in online newspapers // The International Journal of Press // Politics. 2011. V. 16. № 4. P. 463–487.

Rychly P., Smrz P. Manatee, Bonito and word sketches for Czech // Second International Conference on Corpus Linguisitcs. 2004.

Saeb S., Lattie E., Schueller S. M., Kording K., Mohr D. C. The relationship between mobile phone location sensor data and depressive symptom severity // Peer J. 2016. V. 4. e2537.

Saldaña J. Longitudal qualitative research: Analysing change through time. Walnut Creek, CA: AltaMira Press, 2003.

Saldaña J. Thinking qualitatively: Methods of mind. Thousand Oaks, CA: Sage, 2015.

Salganik M. J. Bit by Bit: Social Research in the Digital Age. Princeton–Oxford: Princeton University Press, 2018.

San Pedro J., Proserpio D., Oliver N. Mobiscore: towards universal credit scoring from mobile phone data // International Conference on User Modeling, Adaptation and Personalization. Springer, 2015. P. 195–207. URL: https://www.researchgate.net/profile/Nuria_Oliver2/publication/314082604_MobiScore_Towards_Universal_Credit_Scoring_from_Mobile_Phone_Data/links/5be46eb3299bf1124fc40fc0/MobiScore-Towards-Universal-Credit-Scoring-from-Mobile-Phone-Data.pdf.

Santana A. D. Virtuous or vitriolic: The effect of anonymity on civility in online newspaper reader comment boards // Journalism Practice. 2014. V. 8 (1). P. 18–33.

Sartonen M., Simola P., Timonen J., Lovén L. Cyber personalities as a target audience // European Conference on Cyber Warfare and Security. 2017. P. 411–418.

Schoedel R., Au Q., Völkel S. T., Lehmann F., Becker D., Bühner M., Stachl C. Digital footprints of sensation seeking // Zeitschrift für Psychologie. 2019. V. 226. P. 232–245.

Schwab P., Redi M., Crockett D., Manovich L., Osindero S. What makes photo cultures different? // MM'16, October 15–19, 2016, Amsterdam, Netherlands. doi: 10.1145/2964284.2967228

Schwartz A. H., Eichstaedt J., Kern M., Park G., Sap M., Stillwell D., Ungar L. Towards assessing changes in degree of depression through Facebook // Proceedings of the Workshop on Computational Linguistics and Clinical Psychology. Association for Computational Linguistics. 2014. P. 118–125. URL: https://www.aclweb.org/anthology/W14-3214.pdf.

Schwartz H. A., Eichstaedt J. C., Kern M. L., Dziurzynski L., Ramones S. M., Agrawal M., Ungar L. H. Personality, gender and age in the language of social media: The open vocabulary approach // PLoS One. 2013. V. 8. e73791. doi: 10.1371/journal.pone.0073791

Scott M. WordSmith tools version 5 // Liverpool: Lexical Analysis Software. 2008. V. 122.

Sharma S., Sharma S. Team resilience: scale development and validation // Vision. 2016. V. 20. P. 37–53.

Shen F., Sheer V. C., Li R. Impact of narratives on persuasion in health communication: A meta analysis // Journal of Advertising. 2015. V. 44. P. 105–113.

Skowron M., Tkalcic M., Ferwerda B., Schedl M. Fusing social media cues: Personality prediction from Twitter and Instagram // Proceedings of the 25th International Conference Companion on World Wide Web, 2016. P. 107–108. URL: http://www.bruceferwerda.com/papers/2016_Skowron_etal_WWW.pdf.

Soffer O. The Internet and National Solidarity: A Theoretical Analysis // Communication Theory. 2013. V. 23. № 1. P. 48–66.

Sohn D., Choi S. Social embeddedness of persuasion: Effects of cognitive social structures on information credibility assessment and sharing in social media // International Journal of Advertising. 2019. V. 38. P. 824–844.

Soon S., Prabhakaran S. Team resilience: An exploratory study on the qualities that enable resilience in teams. Singapore: Civil Service College, 2016.

Spears R., Lea M., Postmes T., Wolbert A. A SIDE look at computer-mediated interaction: Power and the gender divide // Z. Birchmeier, B. Dietz-Uhler, G. Stasser (Eds). Strategic uses of social technology: An interactive perspective of social psychology. N. Y.: Cambridge University Press, 2011. P. 16–39.

Spitzberg B. H. Toward a model of meme diffusion (M3D) // Communication Theory. 2014. V. 24 (3). P. 311–339.

Stachl C., Au Q., Schoedel R., Buschek D., Völkel S., Schuwerk T., Bühner M. Behavioral patterns in smartphone usage predict big five personality traits // PsyArXiv. 2019. URL: https://psyarxiv.com/ks4vd.

Standifird S. S. Reputation and e-commerce: eBay auctions and the asymmetrical impact of positive and negative ratings // Journal of Management. 2001. V. 27 (3). P. 279–295.

Stankevich M., Latyshev A., Kuminskaya E., Smirnov I., Grigoriev O. Depression Detection from Social Media Texts // Data Analytics and Management in Data Intensive Domains: XXI International Conference DAMDID/RCDL'2019 (October 15–18, 2019, Kazan, Russia): Conference Proceedings. Edited by Alexander Elizarov, Boris Novikov, Sergey Stupnikov. Kazan: Kazan Federal University, 2019. P. 352–362.

Stephens J., Heaphy E., Carmeli A., Spreitzer G., Dutton J. Relationship quality and virtuousness: emotional carrying capacity as a source of individual and team resilience // Journal of Applied Behavioral Science. 2013. V. 49. P. 13–41.

Stockli S., Hofer D. Susceptibility to social influence predicts behavior on Facebook // PLoS One. 2020. V. 15. P. 1–20.

Stromer-Galley J. Measuring deliberation's content: A coding scheme // Journal of Public Deliberation. 2007. V. 3 (1). Article 12.

Stroud N. J., Scacco J. M., Muddiman A., Curry A. L. Changing Deliberative Norms on News Organizations' Facebook Sites // Journal of Computer-Mediated Communication. 2015. V. 20. P. 188–203. doi: 10.1111/jcc4.12104

Sude D. J., Knobloch-Westerwick S., Robinson M. J., Westerwick A. "Pick and choose" opinion climate: How browsing of political messages shapes public opinion perceptions and attitudes // Communication Monographs. 2019. V. 86 (4). P. 1–22.

Sukumaran A., Vezich S., McHugh M., Nass C. Normative influences on thoughtful online participation // Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems. 2011. P. 3401–3410.

Sutcliffe K. M., Vogus T. J. Organizing for Resilience // K. S. Cameron, J. E. Dutton, R. E. Quinn (Eds). Positive Organizational Scholarship: Foundations of a New Discipline. San Francisco: Berrett-Koehler, 2003. P. 94–110.

Sutherland K. E. Using propinquital loops to blend social media and offline spaces: a case study of the ALS Ice-Bucket Challenge // Media International Australia. 2016. V. 160 (1). P. 78–88. doi: 10.1177/1329878x16651138

Swales J. M. Genre analysis: English in academic and research settings. Boston: Cambridge University Press, 1990.

Tamjidyamcholo A., Bin Baba M. S., Mohd-Shuib N. L., Rohani V. A. Evaluation model for knowledge sharing in information security professional virtual community // Computers & Security. 2014. 43. P. 19–34. doi: 10.1016/j.cose.2014.02.010

Tannenbaum M. B., Hepler J., Zimmerman R. S., Saul L., Jacobs S., Wilson K., Albarracín D. Appealing to fear: A meta-analysis of fear appeal effectiveness and theories // Psychological bulletin. 2015. V. 141 (6). P. 1178–1204.

Tausczik Y., Pennebaker J. W. The psychological meaning of words: LIWC and computerized text analysis methods // Journal of Language and Social Psychology. 2010. V. 29. P. 24–54.

Taylor C., Mantzaris A., Garibay I. Exploring how homophily and accessibility can facilitate polarization in social networks // Information. 2018. V. 9. P. 325.

Teng S., Khong K. W., Chong A. Y. L., Lin B. Persuasive electronic word-of-mouth messages in social media // Journal of Computer Information Systems. 2017. V. 57. P. 76–88.

Thelwall M. Sentiment analysis and time series with Twitter // K. Weller, A. Bruns, J. Burgess (Eds). Twitter and Society. N. Y.: Peter Lang, 2014. P. 83–95.

Theocharis Y., Vitoratou S., Sajuria J. Civil society in times of crisis: Understanding collective action dynamics in digitally enabled volunteer networks // Journal of Computer Mediated Communication. 2017. V. 22. P. 248–265. doi: 10.1111/jcc4.12194

Thomas E. F., Smith L. G., McGarty C., Reese G., Kende A., Bliuc A. M., Spears R. When and how social movements mobilize action within and across nations to promote solidarity with refugees // European Journal of Social Psychology. 2018. V. 49. P. 213–229. doi: 10.1002/ejsp.2380

Toma C. L., Hancock J. T. What lies beneath: The linguistic traces of deception in online dating profiles // Journal of Communication. 2012. V. 62. № 1. P. 78–97.

Tschiatschek S., Singla A., Rodriguez M., Merchant A., Krause A. Fake news detection in social networks via crowd signals // Companion Proceedings of The Web Conference. 2018. P. 517–524.

Tsugawa S., Kikuchi Y., Kishino F., Nakajima K., Itoh Y., Ohsaki H. Recognizing depression from Twitter activity // Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems. 2015. P. 3187–3196. URL: https://dl.acm.org/doi/10.1145/2702123.2702280.

Updegraff J. A., Rothman A. J. Health message framing: moderators, mediators and mysteries // Social and Personality Psychology Compass. 2013. V. 7. P. 668–679.

Vafeiadis M., Han J., Shen F. News Storytelling Through Images: Examining the Effects of Narratives and Visuals in News Coverage of Issues // International Journal of Communication. 2020. V. 14. P. 4363–4384.

Vicario Del M., Bessi A., Zollo F., Petroni F., Scala A., Stanley H. E., Quattrociocchi W. Echo chambers in the age of misinformation // ArXiv. 2015. URL: https://arxiv.org/abs/1509.00189.

Vogus T., Sutcliffe K. The Safety Organizing Scale: Development and Validation of a Behavioral Measure of Safety Culture in Hospital Nursing Units // Medical Care. 2007b. V. 45. P. 46–54.

Vollenbroek W., Vries S., Constantinides E. and Kommers P. Identification of influence in social media communities // IJWBC. 2014. V. 10 (3). P. 280.

Volpentesta A. P., Felicetti A. M. Identifying opinion leaders in time-dependent Commercial Social Networks // IFIP Working Conference on Virtual Enterprises – PRO-VE '12. V. 380.

Voronin A. N., Grebenschikova T. A., Kubrak T. A., Nestik T. A., Pavlova N. D. The study of network community capacity to be a subject: digital discursive footprints // Behavioral Sciences. 2019. V. 9. № 12. P. 119. doi: 10.3390/bs9120119

Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online // Science. 2018. V. 359. P. 1146–1151.

Wagner W. Social representations, group affiliation and projections: knowing the limits of validity // European Journal of Social Psychology. 1995. V. 25 (2). P. 125–139.

Walrave M., Poels K., Antheunis M. L., Van den Broeck E., Van Noort G. Like or dislike? Adolescents' responses to personalized social network site advertising // Journal of Marketing Communications. 2018. V. 24. P. 599–616.

Walter N., Murphy S. T. How to unring the bell: A meta-analytic approach to correction of misinformation // Communication Monographs. 2018. V. 85. P. 423–441.

Wang X., Shi W., Kim R., Oh Y., Yang S., Zhang J., Yu Z. Persuasion for Good: Towards a Personalized Persuasive Dialogue System for Social Good // Proceedings of ACL. Florence, Italy, 2019. P. 5635–5649.

Watts D. J., Dodd P. Sh. Influentials, networks and public opinion formation // Journal of Consumer Research. 2007. V. 34.

Watts D. J., Strogatz S. H. Collective dynamics of 'small-world' networks // Nature. 1998. V. 393 (6684). P. 440–442. doi: 10.1038/30918

Watts L., Nugroho Y., Lea M. Engaging in email discussion: conversational context and social identity in computer-mediated communication // G. W. M. Rauterberg, M. Menozzi, J. Wesson (Eds). Human–Computer interaction: INTERACT '03. Amsterdam: IOS Press, 2003. P. 559–566.

Wei H., Zhang F., Yuan N. J., Cao C., Fu H., Xie X., Ma W. Y. Beyond the words: predicting user personality from heterogeneous information // Proceedings of the Tenth ACM International Conference on Web Search and Data Mining. 2017. P. 305–314. URL: https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2017/01/WSDM_personality.pdf.

West B., Patera J., Carsten M. Team level positivity: Investigating psychological capacities and team level outcomes // Journal of Organizational Behavior. 2009. 30. P. 249–267.

Wetzstein B., Leitner P., Rosenberg F., Dustdar S., Leymann F. Identifying influential factors of business process performance using dependency analysis // Journal Enterprise Information Systems. 2011. V. 5. P. 79–98.

Wicherts J. M. Peer review quality and transparency of the peer-review process in open access and subscription journals // PLoS One. 2016. V. 11 (1). e0147913. doi: 10.1371/journal.pone.0147913

Wilson R. E., Gosling S. D., Graham L. T. A review of Facebook research in the social sciences // Perspectives on Psychological Science. 2012. V. 7. P. 203–220. doi: 10.1177/1745691612442904

Wilson S. R. Natural language processing for personal values and human activities: a dis. ... Doctor of Philosophy. Michigan, 2019. URL: https://deepblue.lib.umich.edu/handle/2027.42/150025.

Wilson S. R., Mihalcea R., Boyd R. L., Pennebaker J. W. Cultural influences on the measurement of personal values through words // AAAI Spring Symposia. 2016. P. 314–317.

Winston S. R., Rasmussen L. J., Smart P. R. Cultural network analysis: A cognitive approach to cultural modeling // Network science for military coalition operations: Information extraction and interaction. IGI Global, 2010. P. 237–255.

Winter S., Neubaum G. Examining characteristics of opinion leaders in social media: A motivational approach // Social Media + Society. 2016. P. 1–12. doi: 10.1177/2056305116665858

Wodak R. The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual. London: Palgrave Macmillan, 2009.

Wojdynski B. W., Evans N. J. The Covert Advertising Recognition and Effects (CARE) model: Processes of persuasion in native advertising and

other masked formats // International Journal of Advertising. 2020. V. 39. P. 4–31.

Wolcott H. F. Teachers versus technocrats: An educational innovation in anthropological perspective. Walnut Creek, CA: AltaMira Press, 2003.

Wood W. Attitude change: persuasion and social influence // Annual Review of Psychology. 2000. V. 51. P. 539–570.

Woong Yun G., Park S. Selective Posting: Willingness to post a message online // Journal of Computer-Mediated Communication. 2011. № 16. P. 201–227. doi: 10.1111/j.1083-6101.2010.01533.x

Woong Yun G., Park S.-Y., Holody K., Yoon K. S., Xie S. Selective moderation, selective responding and balkanization of the blogosphere: A field experiment // Media Psychology. 2013. V. 16 (3). P. 295–317.

Wu F., Chen L., Wang J., Alhajj R. Biomolecular networks and human diseases // BioMed Research International. 2014. V. 2014. P. 1–2.

Xiao L., Cao H. Organizational Resilience: The Theoretical Model and Research Implication // ITM Web of Conferences. 2017. V. 12. doi: 10.1051/ 71204021

Xiong F., Liu Y. Opinion formation on social media: An empirical approach // Chaos: An Interdisciplinary Journal of Nonlinear Science. 2014. V. 24. 013130. doi: 10.1063/1.4866011

Yang Q. Are social networking sites making health behavior change interventions more effective? A meta-analytic review // Journal of Health Communication. 2017. V. 22. P. 223–233.

Yardi S., Boyd D. Dynamic debates: an analysis of group polarization over time on Twitter // Bulletin of Science. Technology & Society. 2010. V. 30. № 5. P. 316–327. doi: 10.1177/0270467610380011

Yarkoni T., Ashar Y. K., Wager T. D. Interactions between donor Agreeableness and recipient characteristics in predicting charitable donation and positive social evaluation // Peer J. 2015. V. 3. e1089. URL: https://peerj.com/articles/1089.

Yarkoni T. Personality in 100,000 words: A large-scale analysis of personality and word use among bloggers // Journal of Research in Personality. 2010. № 44. P. 363–373.

Youssef C., Luthans F. Positive organizational behavior in the workplace: the impact of hope, optimism and resilience // Journal of Management. 2007. V. 33. P. 774–800.

Yun G. W., Park S.-Y., Holody K., Yoon K. S., Xie S. Selective moderation, selective responding and balkanization of the blogosphere: A field experiment // Media Psychology. 2013. V. 16 (3). P. 295–317.

Yun W. G., Park S. Selective posting: Willingness to post a message online // Journal of Computer-Mediated Communication. 2011. V. 16. P. 201–227. doi: 10.1111/j.1083-6101.2010.01533.x

Zebregs S., Putte van den B., Neijens P., de Graaf A. The differential impact of statistical and narrative evidence on beliefs, attitude and intention: a meta-analysis // Health Communication. 2015. V. 30. P. 282–289.

Zhang X., Han D.-D., Yang R., Zhang Z. Users' participation and social influence during information spreading on Twitter // PLoS One. 2017. V. 12. № 9. e0183290. doi: 10.1371/journal.pone.0183290

Научное издание

СУБЪЕКТНОСТЬ И ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ В ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТА

2-е изд., доп. и перер.

Редактор – *О. В. Шапошникова*
Оригинал-макет, обложка и верстка – *В. П. Ересько*

Издательство «Институт психологии РАН»
129366, Москва, ул. Ярославская, д. 13, к. 1
Тел.: +7 (495) 540-57-27
www.ipras.ru
E-mail: vbelop@mail.ru

Сдано в набор 04.12.21. Подписано в печать 26.12.21. Формат 60×90/16
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура NewtonC
Уч.-изд. л. 17,3. Усл.-печ. л. 23,4. Тираж 500 экз. Заказ
Отпечатано в ПАО «Т8 Издательские Технологии»
109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5, ком. 6