



ОПРЕДЕЛЕНИЕ РЕЧЕВЫХ ИНТЕНЦИЙ СУБЪЕКТОВ ОБЩЕНИЯ ПО ДИСКУРСИВНЫМ МАРКЕРАМ

ПАВЛОВА Н.Д.

*Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1516-0977>, e-mail: pavlovand@ipran.ru*

АФИНОГЕНОВА В.А.

*Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9216-0145>, e-mail: afinogenovava@ipran.ru*

КУБРАК Т.А.

*Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: kubrakta@ipran.ru*

Статья продолжает серию исследований интенционального пространства социальных медиа и дискурсивных маркеров актуальных интенций пользователей. Цель исследования — проверка возможности определения речевых интенций по их маркерам в дискурсе. Участники исследования — 291 человек (77 мужчин, 214 женщин; M=19,4 года). Респонденты заполняли подготовленный с учетом экспертной оценки бланк методики, который содержит 18 высказываний пользователей социальных сетей, отмечая выраженные в них интенции. Первый вариант бланка, с высказываниями без маркеров, заполнили 97 респондентов, второй, с одним маркером, — 96 респондентов, третий, с тремя маркерами, — 98 респондентов. Установлено, что лучше всего определяются интенции «выразить сомнение», «возразить» и «оскорбить», хуже других категорий — интенция «критиковать». Включение дискурсивных маркеров в целом улучшает опознание интенций, что согласуется с их пониманием как специфических регуляторов дискурса, уточняющих контекстную отнесенность сказанного. Эта тенденция выявляется не у всех исследуемых категорий, что обусловлено возможностью субъективного толкования высказываний и неоднозначностью контекста. Описаны варианты смешения интенций при их неверном определении. Некоторые интенции смешиваются чаще с одной категорией, что сопряжено с их когнитивной близостью, другие — с целым рядом интенций, что указывает на их размытость в обыденном сознании. Анализ использования маркеров показал, что лишь некоторые интенции можно считать дискурсивно выделенными. Это побуждает к дальнейшему поиску маркеров речевых интенций и открывает новые перспективы исследований.

Ключевые слова: дискурс социальных медиа, интернет-дискурс, дискурсивные маркеры речевых интенций субъектов общения, распознавание речевых интенций.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научного проекта №22-28-01511.

Для цитаты: Павлова Н.Д., Афиногенова В.А., Кубрак Т.А. Определение речевых интенций субъектов общения по дискурсивным маркерам // Экспериментальная психология. 2023. Том 16. № 4. С. 157—171. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2023160411>



DETERMINATION OF INTERLOCUTORS' SPEECH INTENTIONS BY DISCOURSE MARKERS

NATALYA D. PAVLOVA

Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1516-0977>, e-mail: pavlovand@ipran.ru

VICTORIYA A. AFINOGENOVA

Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9216-0145>, e-mail: afinogenovava@ipran.ru

TINA A. KUBRAK

Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: kubrakta@ipran.ru

The article continues a series of studies of the intentional space of social media and discursive markers of users' intentions. The aim of the study was to test the possibility of determining speech intentions by their markers in the discourse. Participants – 291 individuals (77 males, 214 females; $M=19.4$ years). Respondents filled out a methodology prepared taking into account expert assessment, which contained 18 statements of social network users, and noted the intentions expressed in them. The first version of the methodology form, with statements without markers, was completed by 97 respondents, the second one, with one marker, by 96 respondents, and the third, with three markers, by 98 respondents. It has been founded that the intentions “to express doubt”, “to object” and “to insult” are best defined, while the intention “to criticize” is the worst identified. The addition of discourse markers generally improves the determination of intentions, which is consistent with their understanding as specific discourse regulators that clarify the contextual reference of what is said. This tendency is not found in all the categories studied, which is due to the possibility of subjective interpretation of sayings and ambiguity of the context. The variants of mixing of intentions in case of their incorrect identification are described. Some intentions are more often mixed with one category, which is due to their cognitive closeness, while others are mixed with a set of intentions, which indicates their blurring in consciousness. An analysis of the use of markers shows that only some intentions can be considered discursively identified. This encourages further search for markers of speech intentions and opens up new research perspectives.

Keywords: discourse of social media, Internet-discourse, discourse markers of interlocutors speech intentions, recognition of speech intentions.

Funding. The reported study was funded by Russian Scientific Foundation (RSF), project number No. 22-28-01511.

For citation: Pavlova N.D., Afinogenova V.A., Kubrak T.A. Determination of Interlocutors' Speech Intentions by Discourse Markers. *Экспериментальная психология = Experimental Psychology (Russia)*, 2023. Vol. 16, no. 4, pp. 157–171. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2023160411> (In Russ.).

Введение

В ряду тем, значимость которых резко возросла с развитием информационных технологий — определение интенций человека, получающих выражение в дискурсе. В условиях усиливающейся включенности миллионов людей в онлайн-взаимодействие характеристики дискурса, связанные с мотивационными и перцептивно-когнитивными процессами, а также с практической деятельностью коммуникантов, оказываются в центре внимания.



Их изучение стимулируют не только фундаментальные проблемы формирования речевого смысла, но и задачи оценки динамики сетевых процессов, дискурсивного воздействия, разработки новых инструментов анализа медиа-контента. Без обращения к речевым интенциям коммуникантов невозможно уяснить не только то, почему и зачем нечто говорится, но и достигнутые результаты общения.

Традиционно в исследованиях речи в первую очередь подчеркивался аспект содержания, сопряженный с выражением суждений, отображением в слове явлений действительности. Роль интенционального аспекта выявили работы философского направления (Дж. Остин, Дж. Серль и др.), положившие начало теории речевых актов и связанным с ней подходам прагматингвистики. Стало очевидным, что неправомерно говорить о понимании высказывания в его буквальном значении: необходимо включить в рассмотрение совершаемый коммуникантом речевой акт и его цель. В развернувшихся исследованиях были сформулированы имплицитные конвенциональные правила, согласно которым реализуются просьбы, приказы, обещания, и рассмотрена связь проявляющегося в речи намерения говорящего с коммуникативной ситуацией, представлениями о партнере общения, его интересами и пр. (Н.Д. Арутюнова, А.А. Кибрик, И.М. Кобозева, Р. Grice, G. Leech, A. Wierzbicka и др.) [12; 25].

С психологических позиций к изучению речевых интенций обращается интент-анализ, который включает в рассмотрение коммуникативный и социокультурный контекст, выявляет не только типовые, но и другие интенции (в том числе неосознаваемые), которые воспринимаются партнерами и составляют психологическую реальность коммуникации [16; 20]. Интенциональная модель интеракции, используемые собеседниками конверсативные тактики, интенциональное пространство дискурса в разных сферах общения [1; 4; 6; 15 и др.] — эти и другие исследования послужили развитию представлений об интенциональной организации дискурса с учетом ее действительной сложности.

В последние годы важным направлением исследований становится установление языковых признаков реализации интенций — их дискурсивных маркеров. Этот вопрос поднимается в контексте изучения понимания речи и интерпретации коммуникативных смыслов [8; 24; 27], при разработке типологии речевых актов [18; 26], в связи с задачами обнаружения, моделирования и предсказания речевого поведения и реагирования субъектов общения [2; 3; 28 и др.]. Поскольку формы проявления интенций весьма разнообразны и широко варьируют в различных условиях коммуникации, немало работ посвящено их описанию и систематизации [7; 9; 19; 23 и др.]. В этом плане особый интерес представляют новые виды дискурса, связанные с информационными технологиями, образованием социальных сетей и интернет-сообществ, язык которых весьма специфичен, и требуется разработка специальных инструментов анализа [11; 14; 30 и др.].

Говоря о дискурсивных признаках, маркирующих проявление интенций, важно отметить, что исследования в данной области постоянно сталкиваются с проблемой размытости их выражения. Это определяется не только обилием косвенных речевых актов, что отмечают исследователями [18; 27 и др.]. Немалые трудности в поиске маркеров интенций создаются континуальностью выражаемых в речи интенциональных состояний и связанной с этим полиинтенциональностью высказываний [6]. Квалификацию интенций в дискурсе осложняет и то обстоятельство, что некоторые из них не являются независимыми и содержательно связаны между собой как, к примеру, интенции обвинения и разоблачения. Вместе с тем при всей неоднозначности выражения, интенции субъекта, как правило, понимаются адресатом, что дает основания для выделения маркеров диалогического характера, так называемых «дискур-



сивных формул»: «*Не то слово!*», «*Не скажи!*» [18]. Неявная передача интенций принципиальна в общении и позволяет вносить уточнения, подготавливать предстоящие действия и пр., но даже опытные эксперты при их определении могут расходиться в суждениях.

В целом, проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что дискурсивные маркеры речевых интенций, не выступая впрямую их отражением, способны в заданном контексте с известной регулярностью отсылать к соответствующему интенциональному содержанию. Такой результат достигается работой экспертов, имеющих специальную квалификацию и опыт анализа дискурса. Однако неясно, насколько выделяемые маркеры соответствуют тем дискурсивным признакам, которые реально используются в общении. Этот вопрос, ответ на который требуется для описания процесса коммуникации, ставит задачу эмпирической верификации устанавливаемых экспертами дискурсивных маркеров, тем более что близость характеризуемых интенций категориям обыденного сознания неочевидна.

Проверка возможности определения речевых интенций по их маркерам в дискурсе социальных медиа, где роль непрямых выражений к тому же снижена спонтанностью включения участников, направленностью на самовыражение, экспрессивностью и распространением прецедентных феноменов (мемов), составила **цель настоящего исследования**. Продолжая серию исследований интенционального пространства социальных медиа и дискурсивных маркеров актуальных интенций пользователей [14; 15], работа ставила следующие **задачи**:

— разработка эмпирической методики распознавания интенций на основе аутентичных высказываний пользователей социальных сетей и их вариантов с включением различного количества дискурсивных маркеров;

— описание особенностей определения выражаемых интенций по их дискурсивным маркерам, а также случаев их смешения с иными интенциональными категориями.

Сформулированы следующие **эмпирические гипотезы**.

1. Наличие в высказывании дискурсивного маркера улучшает распознавание исследуемых интенций.

2. С увеличением числа дискурсивных маркеров определение интенций в высказывании улучшается.

3. Распознавание интенций не одинаково для разных категорий.

Методика

Участники исследования: 291 человек (77 мужчин, 214 женщин) в возрасте от 17 до 32 лет ($M=19,4$; $SD=1,8$): студенты РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, РГГУ и ГАУГН. Все респонденты дали информированное согласие на их добровольное и анонимное участие в исследовании.

Методика и процедура исследования. Психологическая оценка дискурсивных маркеров речевых интенций осуществлялась с использованием авторской методики, разработанной на основе экспериментальной методики понимания высказываний [17]. На первом этапе исследования с учетом частотности интенций в дискурсе социальных медиа и специфичности относящихся к ним дискурсивных маркеров были отобраны шесть категорий негативных интенций: «возразить», «выразить сомнение», «высмеять», «критиковать», «обвинить», «оскорбить». На основе аутентичных комментариев пользователей для каждой категории выбрано пять базовых высказываний, не содержащих маркеров исследуемой интенции и лексических компонентов, отсылающих к иным интенциональным категориям. Данные высказывания расширены с добавлением одного и трех дискурсивных маркеров,



что позволило сформировать три варианта бланков методики: в первом представлены высказывания без маркеров, во втором — с одним маркером, в третьем — с тремя маркерами. Каждый респондент должен заполнить бланк того или иного вида, отметив в предложенном списке интенцию, явно выраженную в высказывании («уверенное распознавание»), и, при необходимости, еще одну интенцию, которая, по его мнению, также проявляется («неуверенное распознавание»). Для расширения вариантов выбора в список, помимо исследуемых, были добавлены следующие категории негативных интенций: «выразить возмущение», «выразить недовольство», «выразить сожаление».

На следующем этапе для апробации сформированных бланков и процедуры исследования проведена экспертная оценка, в которой приняли участие двое психолингвистов, имеющих опыт интент-анализа. Эксперты работали согласованно, их оценки не случайны (χ^2 -критерий = 0,74; $p < 0,00001$) и с высокой вероятностью совпадают с заложенными в базовые высказывания категориями интенций ($\omega = 28,4$; $SE(\omega) = 14,6$ при $p < 0,00001$), что свидетельствует о валидности процедуры и надежности полученных результатов. С учетом данных экспертной оценки и временных затрат перечень базовых высказываний сокращен до трех для каждой категории интенций. На этой основе скорректированы бланки методики, включившие таким образом по 18 высказываний. К примеру, интенция «возразить» представлена следующими высказываниями¹: «Послушай. Что за ерунда!» (бланк 1); «Послушай. Что за ерунда! **Это не так**» (бланк 2); «**Да нет же. Что за ерунда! Это не так. Все как раз наоборот**» (бланк 3); интенция «выразить сомнение»: «Думаешь, это поможет?» (бланк 1); «Думаешь, это поможет? **Ведь, небось, никто не будет напрягаться**» (бланк 2); «**Сложно сказать, думаешь, это поможет? Я не уверен. Ведь, небось, никто не будет напрягаться**» (бланк 3). Для единообразия понимания в бланки методики добавлен фрагмент словаря интенций (категория интенции и ее описание).

В ходе основного исследования первый бланк заполнили 97 респондентов, второй — 96, третий — 98. Подсчитывались частоты верного определения интенций для каждого варианта бланка и по каждой категории интенций в отдельности. При неверном опознании определялись частоты выбора иных категорий интенций. При сравнительном анализе для каждого респондента вычислялся индекс верного распознавания интенций: общий и по отдельным интенциональным категориям. В случае уверенного опознания приписывался 1 балл, в случае неуверенного — 0,5 балла.

Обработка полученных данных проводилась с помощью пакета статистических программ IBM SPSS Statistics 23. Для оценки результатов работы экспертов применялись коэффициент согласованности Флейса для номинальных переменных (χ^2 -критерий) и статистика отношения шансов (ω) [21]. Для оценки различий между частотами определения отдельных интенций использовался точный критерий Фишера. Для оценки различий по распознаванию интенций в высказываниях с разным количеством маркером применялся критерий Манна—Уитни. Для оценки эмпирического распределения частот неверного выбора интенций использовался критерий хи-квадрат.

Результаты

Данные о частоте верного определения респондентами интенций в совокупности относящихся к ним высказываний (всего $n=5238$ случаев реализации) представлены на

¹ Добавленные маркеры выделены жирным шрифтом.



рис. 1. Можно видеть, что в целом по трем вариантам бланков лучше всего определяют интенции «выразить сомнение» (76% случаев реализации этой категории), «возразить» (61,4%) и «оскорбить» (60%). Показатель распознавания остальных интенций более низкий (ниже 50%), причем хуже других респонденты определяют интенцию «критиковать» (24,4%) (точный критерий Фишера, $p < 0,00001$).

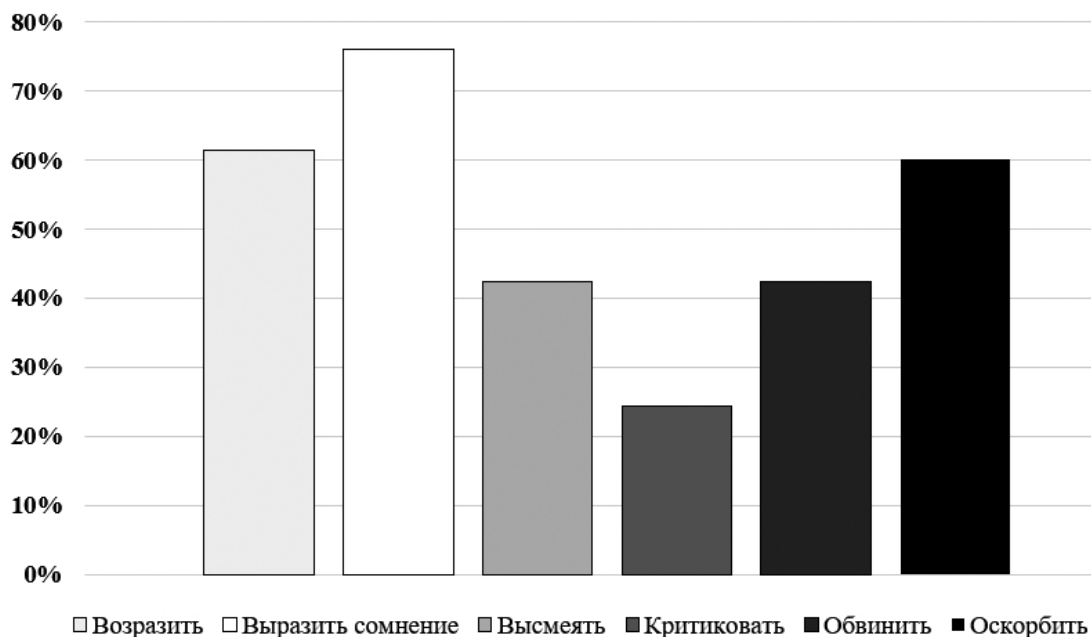


Рис. 1. Относительные частоты верного определения интенций в совокупности относящихся к ним высказываний: по горизонтальной оси — категории интенций, по вертикальной оси — % верного распознавания интенций ($n=873$ для каждой категории)

Дифференциация показателей опознания по вариантам бланков (рис. 2) обнаруживает, что в отсутствии маркеров (бланк 1) лучше всего определяется интенция «выразить сомнение» (76,3%), хуже всего — интенции «критиковать» (19%) и «высмеять» (27,5%). В случае высказываний с одним маркером (бланк 2) интенция «критиковать» также имеет наиболее низкий показатель опознания (27,4%), а наиболее высокий, наряду с интенцией «выразить сомнение» (68,4%), выявляется у категории «возразить» (68,8%). Для высказываний с тремя маркерами (бланк 3) наилучшее распознавание отмечается у интенции «выразить сомнение» (82,9%), наиболее низкий показатель — у интенции «критиковать» (26,9%) (точный критерий Фишера, $p < 0,00001$).

Для проверки первой эмпирической гипотезы об улучшении определения интенций при появлении их дискурсивных маркеров проведен сравнительный анализ ответов респондентов, заполнявших разные варианты бланков. При сопоставлении результатов по высказываниям без маркеров и с одним дискурсивным маркером (сравнение бланков 1 и 2) обнаружено, что включение маркера значительно улучшает распознавание (критерий Манна—Уитни, $p=0,000$). В то же время различия в распознавании выявляются не по всем изучаемым категориям интенций. Если интенции «возразить», «высмеять», «оскорбить» значительно лучше распознаются в высказываниях с одним маркером по сравнению с высказываниями

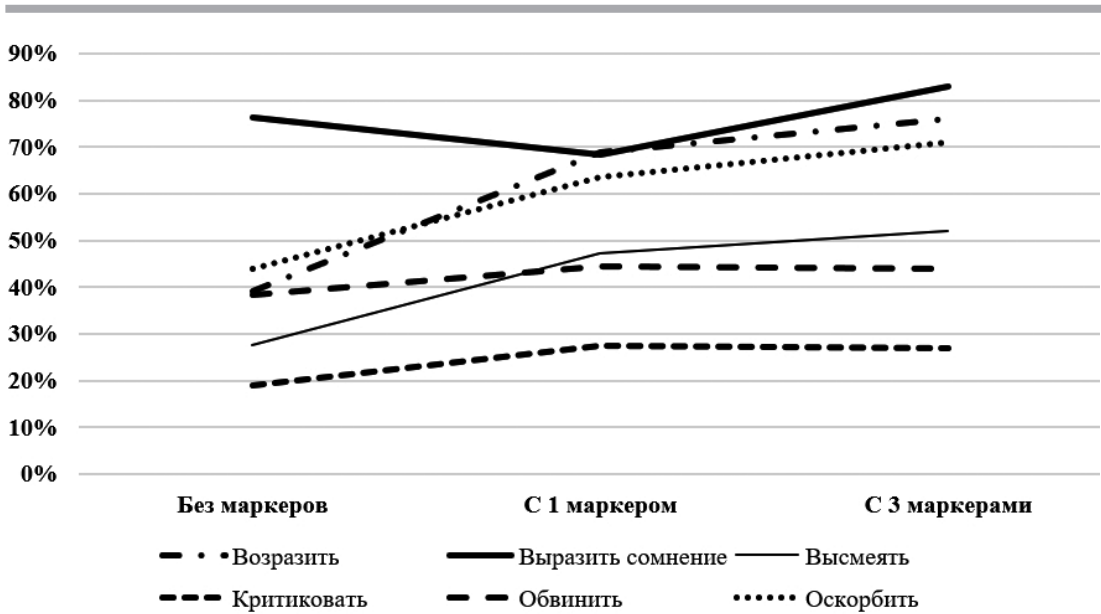


Рис. 2. Частоты верного определения интенций в высказываниях с разным количеством дискурсивных маркеров: по горизонтальной оси — варианты высказываний (без маркеров, с одним или тремя маркерами интенции), по вертикальной оси — относительная частота верного распознавания интенций; частоты реализации каждой категории интенций в бланке 1 (без маркеров) — $n=291$, в бланке 2 (с 1 маркером) — $n=288$, в бланке 3 (с 3 маркерами) — $n=294$

без них (критерий Манна–Уитни, $p < 0,01$), то интенция «выразить сомнение», наоборот, при включении маркера определяется хуже (критерий Манна–Уитни, $p = 0,01$). Для интенций «критиковать» и «обвинить» различий не выявляется (критерий Манна–Уитни; $p > 0,05$) — дискурсивный маркер не влияет на их распознавание.

Для проверки второй эмпирической гипотезы осуществлен сравнительный анализ данных по определению интенций в высказываниях с одним и тремя маркерами (сопоставление бланков 2 и 3), который также обнаруживает значимые различия: включение дополнительных маркеров улучшает распознавание (критерий Манна–Уитни, $p = 0,014$). При этом анализ по отдельным интенциям не выявляет значимого улучшения их опознания (критерий Манна–Уитни, $p > 0,05$) за исключением интенции «выразить сомнение» (критерий Манна–Уитни, $p = 0,000$), определение которой в высказываниях с тремя маркерами улучшается. Ее распознавание, однако, значимо не различается при наличии трех маркеров и в их отсутствии (критерий Манна–Уитни, $p > 0,05$). В связи с этим проведен дополнительный сравнительный анализ, исключая показатели определения интенции «выразить сомнение», который не обнаруживает значимых различий в опознании (критерий Манна–Уитни, $p > 0,05$).

Проверка третьей эмпирической гипотезы предусматривала выявление различных вариантов смешения интенций в зависимости от наличия дискурсивных маркеров и их количества. Данные таблицы 1 показывают, что, к примеру, интенция «возразить», которая смешивается преимущественно с интенциями «выразить сомнение» и «выразить возмущение», при отсутствии маркеров определяется также как «критиковать» (16,5% случаев выбора иных категорий), при наличии трех маркеров — как «выразить недовольство» (24,9%).



Интенция «выразить сомнение» смешивается большей частью с категорией «возразить», а в отсутствии маркеров к тому же с интенцией «выразить возмущение» (16,4%), при появлении одного маркера — с интенцией «высмеять» (17,1%). Категория «критиковать» в случае неверного определения чаще опознается как «выразить возмущение» и «выразить недовольство», при этом в отсутствие маркеров и при наличии одного дискурсивного маркера также частотно смешение с интенцией «выразить сожаление» (20% и 15,2%). Обращает на себя внимание категория «высмеять», которая выступает наиболее размытой: она неизменно смешивается с пятью категориями — «возразить», «выразить возмущение», «выразить недовольство», «выразить сомнение», «критиковать», и появление дискурсивных маркеров незначительно изменяет частоту подобных ответов.

Таблица 1

Частоты неверного выбора категорий интенций в высказываниях с разным количеством дискурсивных маркеров

Исследуемые категории интенций	Маркеры	Возразить	Выразить возмущение	Выразить недовольство	Выразить сожаление	Выразить сомнение	Высмеять	Критиковать	Обвинить	Оскорбить
Возразить										
N=260	0		43 16,5%	27 10,4%	29 11,2%	95 36,5%	13 5%	43 16,5%	5 1,9%	5 1,9%
N=175	1		39 22,3%	24 13,7%	6 3,4%	76 43,4%	3 1,7%	23 13,1%	4 2,3%	0
N=177	3		48 27,1%	44 24,9%	3 1,7%	52 29,4%	5 2,8%	22 12,4%	3 1,7%	0
Σ=612			130 21,2%	95 15,5%	38 6,2%	223 36,4%	21 3,4%	88 14,4%	12 2%	5 0,8%
Выразить сомнение										
n = 134	0	40 30%	22 16,4%	17 13%	16 12%		18 13,4%	13 9,7%	5 3,7%	3 2,2%
n = 205	1	68 33,2%	25 12,2%	30 14,6%	16 7,8%		35 17,1%	20 9,8%	8 3,9%	3 1,5%
n = 105	3	47 44,8%	7 6,7%	16 15,2%	16 15,2%		10 9,5%	8 7,6%	1 1%	0
Σ = 444		155 35 %	54 12,2%	63 14,2%	48 10,8%		63 14,2%	41 9,2%	14 3,2%	6 1,4%
Высмеять										
n = 297	0	51 17,2%	51 17,2%	58 19,5%	27 9,1%	51 17,2%		48 16,2%	9 2,3%	2 0,5%
n = 250	1	38 15,2%	53 21,2%	36 14,4%	9 3,6%	60 24%		41 16,4%	11 4,4%	2 0,8%
n = 227	3	31 13,7%	53 23,4%	34 15%	9 4%	41 18,1%		46 20,3%	10 4,4%	3 1,3%
Σ = 774		120 15,5%	157 20,3%	128 16,5%	45 5,8%	152 19,6%		135 17,4%	30 3,9%	7 0,9%



Исследуемые категории интенций	Маркеры	Возразить	Выразить возмущение	Выразить недовольство	Выразить сожаление	Выразить сомнение	Высмеять	Критиковать	Обвинить	Оскорбить
Критиковать										
n = 320	0	21 6,6%	55 17,2%	121 37,8%	64 20%	14 3,6%	23 5,2%		19 3,6%	3 0,4%
n = 328	1	23 7%	58 17,7%	127 38,7%	50 15,2%	14 4,3%	34 10,3%		16 4,9%	6 1,8%
n = 350	3	23 6,6%	121 34,6%	129 36,9%	14 4%	10 2,9%	15 4,3%		36 10,3%	2 0,6%
Σ = 998		67 6,7%	234 23,5%	377 37,8%	128 12,8%	38 3,8%	72 7,2%		71 7,1%	11 1,1%
Обвинить										
n = 312	0	24 7,7%	50 16%	71 22,8%	47 15,1%	23 7,4%	12 3,9%	62 20%		23 7,4%
n = 286	1	18 6,3%	47 16,4%	72 25,2%	36 12,6%	28 9,8%	14 4,9%	56 19,6%		15 5,2%
n = 290	3	19 6,6%	82 28,3%	88 30,3%	20 6,9%	8 2,8%	1 0,3%	66 22,8%		6 2,1%
Σ = 888		61 6,9%	179 20,2%	231 26%	103 11,6%	59 6,6%	27 3%	184 20,7%		44 5%
Оскорбить										
n = 329	0	21 6,4%	67 20,4%	50 15,2%	15 4,6%	19 5,8%	69 21%	61 18,5%	27 8,2%	
n = 295	1	16 5,4%	65 22%	47 15,9%	4 1,4%	8 2,7%	36 12,2%	77 26,1%	42 14,2%	
n = 244	3	5 2,1%	72 29,5%	50 20,5%	3 1,2%	3 1,2%	30 12,3%	47 19,3%	34 13,9%	
Σ = 868		42 4,8%	204 23,5%	147 16,9%	22 2,5%	30 3,5%	135 15,6%	185 21,3%	103 11,9%	

Примечание: n – количество случаев неверного выбора категорий интенций. Эмпирическое распределение частот неверного выбора интенций отличается от равномерного, интенции распознаются с разной частотой (критерий хи-квадрат, $df = 7$, $p < 0,001$).

В целом, полученные данные показывают, что некоторые интенции («возразить», «выразить сомнение», «критиковать») смешиваются преимущественно с одной из интенциональных категорий, другие («высмеять», «обвинить», «оскорбить») – с целым рядом категорий. В схематическом виде смешение категорий интенций при их неверном определении иллюстрирует рис. 3. Можно видеть, что интенции «выразить сомнение» и «возразить» чаще всего смешиваются между собой. Интенция «критиковать» смешивается с категорией «выразить недовольство», а интенция «высмеять» – с интенциями «выразить возмущение», «выразить сомнение», «критиковать», «выразить недовольство» и «возразить». Категории «обвинить» и «оскорбить» также являются достаточно размытыми, причем респонденты часто заменяют их на одни и те же интенции – «выразить возмущение», «выразить недовольство» и «критиковать».

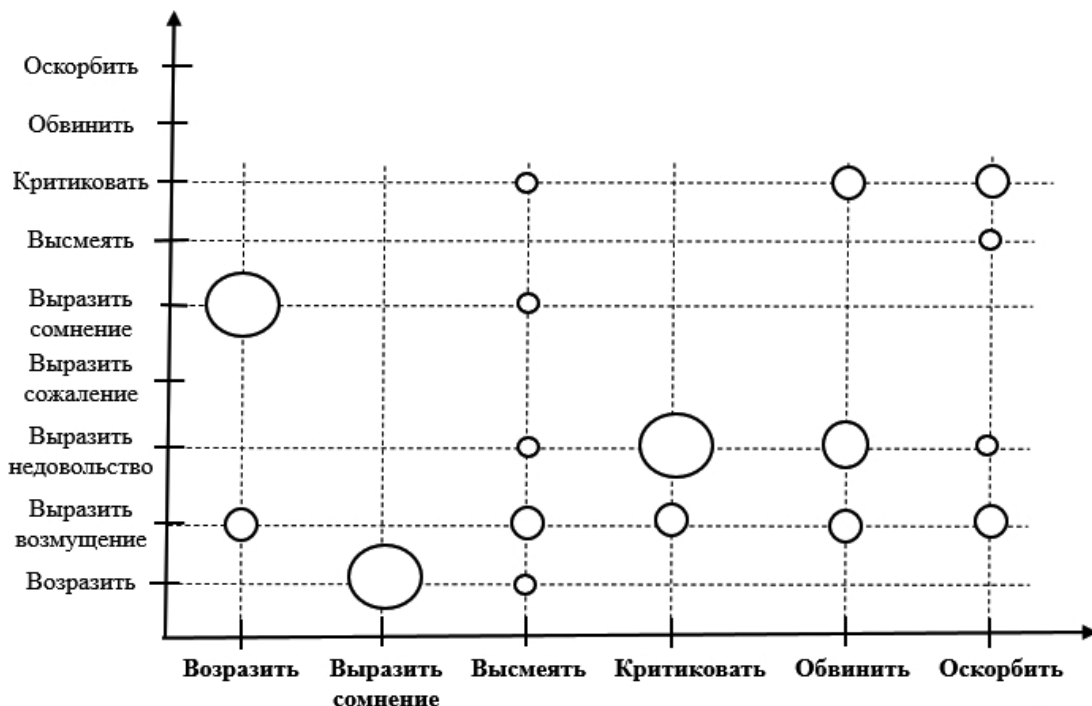






Рис. 3. Смещение категорий интенций при их неверном определении (по трем вариантам бланков): по горизонтальной оси обозначены исследуемые категории интенций, по вертикальной оси — категории интенций, предложенные для выбора при распознавании. Категории интенций смешиваются в 35–40% случаев выбора иных категорий — , в 25–30% случаев — , в 20–25% случаев — , в 15–20% случаев — 

Отдельно остановимся на результатах заполнения бланка 2 (96 респондентов), содержащего высказывания с одним дискурсивным маркером исследуемых интенций, что дает основания для качественного сопоставления маркеров. Категории «возразить» и «выразить сомнение» уверенно определяются при различных маркерах (*не доказано, это не так, что-то не* и пр.) во всех трех высказываниях ($n > 55$ случаев верного опознания) (точный критерий Фишера, $p < 0,005$). Категория «оскорбить» хорошо определяется в двух высказываниях ($n=58$, $n=63$), однако в третьем она чаще всего опознается неверно ($n=61$) (точный критерий Фишера, $p < 0,00001$), что, вероятно, указывает на качество использованного в нем дискурсивного маркера («*Ощущение, что эту газету читают пациенты сумасшедшего дома, у которых мозг исчез вовсе*»). Категории «высмеять», «обвинить» и «критиковать» плохо определяются во всех относящихся к ним высказываниях ($n < 42$), причем интенция «критиковать» обнаруживает самый низкий показатель опознания ($n=19$, $n=19$, $n=27$), что согласуется с описанными выше результатами.

Обсуждение результатов

Результаты работы показали, что дискурсивные маркеры влияют на определение интенции высказывания. Так, с добавлением одного маркера распознавание интенциональных категорий «возразить», «высмеять», «оскорбить» значительно улучшается, тогда как опре-



деление других интенций остается без изменений («оскорбить», «критиковать») или ухудшается («выразить сомнение»), что частично подтверждает гипотезу 1. Увеличение числа дискурсивных маркеров улучшает опознавание интенции «выразить сомнение»: с добавлением трех маркеров она точнее дифференцируется в ряду других категорий, но не облегчает опознавание остальных исследуемых категорий, что не позволяет подтвердить гипотезу 2. Оценивая эти результаты в целом, необходимо иметь в виду не только особенности высказываний в плане выраженности интенционального содержания, но и субъективные аспекты восприятия, связанные с ассоциативностью реагирования, языковой и реальной картиной мира респондентов, их психоэмоциональным состоянием. Хотя с позиции авторитетных подходов [5; 10; 12; 25 и др.] для восприятия выраженной интенции необходимо знание контекста (речевого, коммуникативного, социального), использованные в эксперименте изолированные высказывания эксплицируют интенциональное содержание, делая его доступным для понимания. Об этом свидетельствуют релевантные ответы респондентов в целом по выборке более чем в половине случаев.

Интересные данные касаются особенностей распознавания отдельных категорий интенций (гипотеза 3). Выделяются интенции, которые определяются хорошо — это «выразить сомнение», «возразить» и «оскорбить», и интенции, показатели распознавания которых более низкие — «критиковать», «обвинить», «высмеять». Сходное соотношение показателей прослеживается как в общей совокупности высказываний, относящихся к интенции, так и по вариантам бланков. Успешность распознавания при этом не всегда сопряжена с присутствием дискурсивных маркеров. Если по отношению к таким категориям интенций, как «возразить», «высмеять», «оскорбить» наличие маркеров значимо улучшает распознавание, то для остальных интенций их включение эффекта не вызывает: выражение сомнения хорошо определяется и в отсутствии дискурсивных маркеров; показатели распознавания интенций «критиковать» и «обвинить» остаются низкими. Эти факты показывают, что речевая интенция может в разной степени объективироваться за счет лексем, образующих семантико-грамматическую структуру высказывания. Дискурсивные маркеры (междометия, указательные частицы, модальные слова и пр.) способны сделать интенцию более открытой, облегчая интерпретацию сообщения. Однако, поскольку мера открытости интенции весьма субъективна, это не исключает возможности различного толкования высказывания респондентами. Данное представление согласуется с точкой зрения исследователей, рассматривающих маркеры как специфические регуляторы дискурса, назначение которых служить правильному восприятию сказанного, усиливая и уточняя его контекстную отнесенность [3; 8].

Судить о неязыковых факторах, включенных в определение интенций, позволяет смешение категорий в случае неверных ответов респондентов. Выясняется, что при многообразии вариантов ошибочной квалификации некоторые интенции смешиваются главным образом между собой, что может находить объяснение в когнитивной близости соответствующих категорий: так, возражение в качестве важной смысловой составляющей включает выражение сомнения в справедливости чего-либо, критика — выражение недовольства. Тенденцию относить к категории «высмеять» высказывания, в которых заложено исходно 5 различных интенций, можно также рассматривать как когнитивную, связанную с интегративностью, и потому с размытостью категории в обыденном сознании. Кардинальное значение для устранения неоднозначности такого рода высказываний имеет контекстная включенность. Однако опорой понимания, тем более в экспериментальных условиях, несомненно, служит соотнесение воспринимаемого смысла с когнитивным опытом [11; 13; 22 и др.].



В заключение остановимся на результатах, которые намечают перспективы дальнейших исследований. В этом плане интересно качественное сопоставление дискурсивных маркеров по эффективности их использования при распознавании интенции. Согласно полученным данным, некоторые анализируемые категории интенций можно считать дискурсивно выделенными: они уверенно определяются при различных маркерах как интенции «возразить» и «выразить сомнение», или только один из использованных маркеров оказывается не эффективным (например, «*мозг исчез вовсе*» в случае оскорбления). Вместе с тем языковые средства, способные устойчиво обеспечивать распознавание ряда других интенций («критиковать», «обвинить», «высмеять»), не обнаружены. Это побуждает к дальнейшему поиску маркеров речевых интенций и ставит задачу разработки методики, учитывающей роль контекстной включенности высказываний для их понимания. В этой связи важной линией исследований становится оценка потенциала дискурсивных маркеров реализации интенции на корпусе сетевых материалов с применением моделей и методов искусственного интеллекта, чему уже положено начало.

Выводы

1. Эмпирическая верификация маркеров речевых интенций, частотных в дискурсе социальных медиа, показывает, что наличие дискурсивного маркера может значительно улучшать распознавание интенции высказывания. Это отвечает пониманию маркеров как специфических регуляторов дискурса, облегчающих понимание сказанного.

2. Успешность распознавания неодинакова для разных категорий интенций. Присутствие маркеров значительно улучшает распознавание категорий «возразить», «высмеять», «оскорбить», в то время как выражение сомнения хорошо определяется и в отсутствие дискурсивных маркеров; показатели распознавания интенций «критиковать» и «обвинить» остаются низкими. Интенции могут быть в разной степени проявлены в лексико-семантической структуре высказывания. Дискурсивные маркеры призваны сделать их более открытыми, что не отменяет возможности субъективного толкования.

3. Распознавание интенций, наряду с языковыми, определяется также когнитивными факторами. Игрет роль когнитивная близость интенциональных категорий, которые могут смешиваться. Для устранения неоднозначности высказываний принципиально включение в контекст. Вне контекста опорой понимания высказываний служит соотнесение воспринимаемого смысла с когнитивным опытом человека.

Литература

1. Афиногенова В.А., Павлова Н.Д. Интенциональные паттерны в репликах собеседников // Экспериментальная психология. 2015. Том 8. № 2. С. 36–44.
2. Батура Т.В., Корб А.В., Печёнкина А.М. Анализ иллокутивных функций высказываний на примере текстовых сообщений в Твиттере // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 162–174.
3. Воронина Л.В. Иллокутивный профиль текстовых единиц с семантикой цели в аспекте их моделирования и интерпретации // Ученые записки Казанского университета. Серия гуманитарные науки. 2021. Том 163. Кн. 1. С. 42–52.
4. Гребенищикова Т.А., Зачесова И.А. Психология повседневного дискурса: интенциональный аспект. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014. 208 с.
5. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
6. Дискурс в современном мире. Психологические исследования / Под ред. Н.Д. Павловой, И.А. Зачесовой. М.: Институт психологии РАН, 2011. 368 с.



7. *Игнатъева А.С., Калинина В.В., Сонголова Ж.Г.* Языковое моделирование феномена сожаления // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 3(69). С. 103–105.
8. *Каменский М.В.* Когнитивно-функциональная модель дискурсных маркеров как основа экспериментального исследования их когнитивного потенциала // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2015. № 2(34). С. 111–120.
9. *Козлова А.А.* Эксплицитные и имплицитные способы реализации речевого акта предостережения // Традиции и новации в гуманитарном и социально-экономическом исследовании: проблемы, методы, практики: материалы Всероссийской научной конференции студентов-стипендиатов Оксфордского Российского фонда (Екатеринбург, 24 апреля 2017 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2017. С. 92–94.
10. *Кубрякова Е.С.* Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // В поисках сущности языка. Когнитивные исследования. М.: Знак, 2012. С. 13–35.
11. *Мишланов В.А., Крижановская Е.М., Кузнецова Ю.М.* К интерпретации имплицитного модуса: семиотические маркеры речевых интенций в текстах сетевой коммуникации // Медиалингвистика. 2021. Том 8. № 4. С. 366–378.
12. Новое в зарубежной лингвистике. Выпуск 17. Теория речевых актов / Отв. ред. Б.Ю. Городецкий. М.: Прогресс, 1986. 423 с.
13. *Норман Б.Ю.* Понимание сокращенного или неоднозначного высказывания: сочетание вербального и реального опыта читателя // Вопросы психолингвистики. 2020. № 3(45). С. 85–95.
14. *Павлова Н.Д., Афиногенова В.А., Гребенщикова Т.А.* Дискурс социальных медиа: интенциональный подход // Психологический журнал. 2023. Том 44. № 1. С. 81–90.
15. *Павлова Н.Д., Афиногенова В.А., Кубрак Т.А., Зачесова И.А.* Речевые интенции и референциальные объекты в дискурсе социальных медиа (на материале дискуссий в условиях локдауна) // Экспериментальная психология. 2022. Том 15. № 4. С. 139–156.
16. *Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А.* Интент-анализ. Основания, процедура, опыт использования. М.: Институт психологии РАН, 2017. 151 с.
17. *Павлова Н.Д., Пескова Е.А.* Понимание интенционального подтекста речи адресатом // Экспериментальная психология. 2012. Том 5. № 2. С. 74–82.
18. *Рахилина Е.В., Бычкова П.А., Жукова С.Ю.* Речевые акты как лингвистическая категория: дискурсивные формулы // Вопросы языкознания. 2021. № 2. С. 7–27.
19. *Темиразина З.К., Бачурка М.С.* Речевые акты похвалы и одобрения в педагогическом дискурсе // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Том 8. № 1. С. 97–105.
20. *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. 320 с.
21. *Флэйс Дж.* Статистические методы для изучения таблиц долей и пропорций / Перевод с англ. И.Л. Легостаевой, А.М. Никифорова. М.: Финансы и статистика, 1989. С. 74–88, 227–240.
22. *Чернявская В.Е.* Метапрагматика коммуникации: когда автор приносит свое значение, а адресат свой контекст // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2020. Том 1. № 1. С. 135–147.
23. *Шмурак Р.И.* Формальные средства выражения упрека в русском языке: к процедуре корпусного поиска // Вестник Московского университета. Серия «Филология». 2021. № 2. С. 83–93.
24. *Camp E.* Slurs as dual-act expressions / Ed. D. Sosa. Oxford: Oxford University Press, 2017.
25. *Fogal D., Harris D.W., Moss M. (Eds.).* New Work on Speech Acts. Oxford: Oxford University Press, 2018.
26. *Hanks P.* Types of speech acts / New Work on Speech Acts. Eds. D. Fogal, D.W. Harris, M. Moss. Oxford: Oxford University Press, 2018. P. 123–143.
27. *Harris D.W.* Intention and commitment in speech acts // Theoretical Linguistics. 2019. Vol. 45(1–2). P. 53–67.
28. *Murray S.E., Starr W.B.* The structure of communicative acts // Linguistics and Philosophy. 2021. Vol. 44. P. 425–474.
29. New Work on Speech Acts / Eds. D. Fogal, D.W. Harris, M. Moss. Oxford: Oxford University Press, 2018.
30. *Pilgun M., Gabdrakhmanova N.* Digital spaces of network aggression: muscovites' perception of migrants // Russian Journal of communication. 2020. Vol. 12. № 3. P. 237–261.



References

1. Afinogenova V.A., Pavlova N.D. Intentsional'nye patterny v replikakh sobesednikov. *Ekspertimental'naya psikhologiya*, 2015. Vol. 8, no. 2, pp. 36–44. (In Russ.).
2. Batura T.V., Korb A.V., Pechenkina A.M. Analiz illokutivnykh funktsii vyskazyvaniia na primere tekstovykh soobshchenii v Tvitтере. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal*, 2015. No. 58, pp. 162–174. (In Russ.).
3. Voronina L.V. Illokutivnyi profil' tekstovykh edinits s semantikoi tseli v aspekte ikh modelirovaniia i interpretatsii. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya gumanitarnye nauki*, 2021. Vol. 163, Ch. 1, pp. 42–52. (In Russ.).
4. Grebenschikova T.A., Zachesova I.A. Psikhologiya povsednevnogo diskursa: intentsional'nyi aspekt. M.: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2014. 208 p. (In Russ.).
5. Deik van T.A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya. Blagoveshchensk: BGK im. I.A. Boduena de Kurtene, 2000. 308 p. (In Russ.).
6. Diskurs v sovremennom mire. Psikhologicheskie issledovaniia / Pod red. N.D. Pavlovoi, I.A. Zachesovoi. M.: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2011. 368 p. (In Russ.).
7. Ignat'eva A.S., Kalinina V.V., Songolova Zh.G. Yazykovoe modelirovanie fenomena sozhaleeniia. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2017. No. 3(69), pp. 103–105. (In Russ.).
8. Kamenskii M.V. Kognitivno-funktsional'naya model' diskursnykh markerov kak osnova eksperimental'nogo issledovaniia ikh kognitivnogo potentsiala. *Izvestiia vysshikh uchebnykh zavedenii. Povolzhskii region. Gumanitarnye nauki*, 2015. No. 2(34), pp. 111–120. (In Russ.).
9. Kozlova A.A. Eksplitsitnye i implitsitnye sposoby realizatsii rechevogo akta predosterezheniia. *Traditsii i novatsii v gumanitarnom i sotsial'no-ekonomicheskom issledovanii: problemy, metody, praktiki: materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii studentov-stipendiatov Oksfordskogo Rossiiskogo Fonda (Ekaterinburg, 24 aprelya 2017 g.)*. Ekaterinburg: UrFU, 2017. Pp. 92–94. (In Russ.).
10. Kubryakova E.S. Ob ustanovkakh kognitivnoi nauki i aktual'nykh problemakh kognitivnoi lingvistiki. *V poiskakh sushchnosti yazyka. Kognitivnye issledovaniia*. M.: izd-vo "Znak", 2012. Pp. 13–35. (In Russ.).
11. Mishlanov V.A., Krizhanovskaya E.M., Kuznetsova Yu.M. K interpretatsii implitsitnogo modusa: semioticheskie marker rechevykh intentsii v tekstakh setevoi komunikatsii. *Medialingvistika*, 2021. Vol. 8, no. 4, pp. 366–378. (In Russ.).
12. Novoe v zarubezhnoi lingvistike. Vypusk 17. Teoriia rechevykh aktov / Otv. red. B.Yu. Gorodetskii. M.: Progress, 1986. 423 p. (In Russ.).
13. Norman B.Yu. Ponimanie sokrashchennogo ili neodnoznachnogo vyskazyvaniia: sochetanie verbal'nogo i real'nogo opyta chitatel'ia. *Voprosy psikholingvistiki*, 2020. No. 3(45), pp. 85–95. (In Russ.).
14. Pavlova N.D., Afinogenova V.A., Grebenschikova T.A. Diskurs sotsial'nykh media: intentsional'nyi podkhod. *Psikhologicheskii zhurnal*, 2023. Vol. 44, no. 1, pp. 81–90. (In Russ.).
15. Pavlova N.D., Afinogenova V.A., Kubrak T.A., Zachesova I.A. Rechevye intentsii i referentsial'nye ob'ekty v diskurse sotsial'nykh media (na material diskussii v usloviyakh lokdauna). *Ekspertimental'naya psikhologiya*, 2022. Vol. 15, no. 4, pp. 139–156. (In Russ.).
16. Pavlova N.D., Grebenschikova T.A. Intent-analiz. Osnovaniia, protsedura, opyt ispol'zovaniia. M.: Izd-vo "Institut psikhologii RAN", 2017. 151 p. (In Russ.).
17. Pavlova N.D., Peskova E.A. Ponimanie intentsional'nogo podteksta rechi adresatom. *Ekspertimental'naya psikhologiya*, 2012. Vol. 5, no. 2, pp. 74–82. (In Russ.).
18. Rakhilina E.V., Bychkova P.A., Zhukova S.Yu. Rechevye akty kak lingvisticheskaya kategoriia: diskursivnye formuly. *Voprosy yazykoznaniia*, 2021. No. 2, pp. 7–27. (In Russ.).
19. Temirgazina Z.K., Bachurka M.S. Rechevye akty pokhvaly i odobreniia v pedagogicheskom diskurse. *Vestnik RUDN. Seriya: Teoriia yazyka. Semiotika. Semantika*, 2017. Vol. 8, no. 1, pp. 97–105. (In Russ.).
20. Ushakova T.N., Pavlova N.D., Alekseev K.I., Latynov V.V., Tseptsov V.V. Slovo v deistvii. Intent-analiz politicheskogo diskursa. SPb.: Aleteiia, 2000. 320 p. (In Russ.).
21. Fleis Dzh. Statisticheskie metody dlia izucheniia tablits dolei i proporsii / Perevod s angl. I.L. Legostaevoi, A.M. Nikiforova. M.: Finansy i statistika, 1989. Pp. 74–88, 227–240. (In Russ.).
22. Chernyavskaya V.E. Metapragmatika komunikatsii: kogda avtor prinosit svoe znachenie, a adresat svoi kontekst. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyki literatura*, 2020. Vol. 1, no. 1, pp. 135–147. (In Russ.).



23. Shmurak R.I. Formal'nye sredstva vyrazheniya upreka v russkom yazyke: k protsedure korpusnogo poiska. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya "Filologiya"*, 2021. No. 2, pp. 83–93. (In Russ.).
24. Camp E. Slurs as dual-act expressions / Ed. D. Sosa. Oxford: Oxford University Press, 2017.
25. Fogal D., Harris D.W., Moss M. (Eds.). *New Work on Speech Acts*. Oxford: Oxford University Press, 2018.
26. Hanks P. Types of speech acts / *New Work on Speech Acts*. Eds. D. Fogal, D.W. Harris, M. Moss. Oxford: Oxford University Press, 2018. Pp. 123–143.
27. Harris D.W. Intention and commitment in speech acts. *Theoretical Linguistics*, 2019. Vol. 45(1–2), pp. 53–67.
28. Murray S.E., Starr W.B. The structure of communicative acts. *Linguistics and Philosophy*, 2021. Vol. 44, pp. 425–474.
29. *New Work on Speech Acts* / Eds. D. Fogal, D.W. Harris, M. Moss. Oxford: Oxford University Press, 2018.
30. Pilgun M., Gabdrakhmanova N. Digital spaces of network aggression: muscovites' perception of migrants. *Russian Journal of communication*, 2020. Vol. 12, no. 3, pp. 237–261.

Информация об авторах

Павлова Наталья Дмитриевна, доктор психологических наук, зав. лабораторией психологии речи и психолингвистики, Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1516-0977>, e-mail: pavlovand@ipran.ru

Афиногенова Виктория Алексеевна, кандидат психологических наук, научный сотрудник, Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9216-0145>, e-mail: afinogenovava@ipran.ru

Кубрак Тина Анатольевна, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, Институт психологии Российской академии наук (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: kubrakta@ipran.ru

Information about the authors

Natalya D. Pavlova, Dr Sci. in Psychology, Head of the Laboratory of Psychology of Speech and Psycholinguistics, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1516-0977>, e-mail: pavlovand@ipran.ru

Victoriya A. Afinogenova, Ph.D. in Psychology, Research Associate, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9216-0145>, e-mail: afinogenovava@ipran.ru

Tina A. Kubrak, Ph.D. in Psychology, Senior Researcher, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0701-1736>, e-mail: kubrakta@ipran.ru

Получена 18.07.2023

Received 18.07.2023

Принята в печать 01.12.2023

Accepted 01.12.2023