
УДК 316.454.54

DOI: 10.31249/rsoc/2023.02.05

МАЛЬЦЕВА А.В.*, ШИЛКИНА Н.Е.** АНАЛИЗ ТОНАЛЬНОСТИ
В ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ МУЗЫКАЛЬНЫХ ИСПОЛНИ-
ТЕЛЕЙ: ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИОЛОГИИ ЭМОЦИЙ

Аннотация. В статье рассматривается социальная природа эмоциональности. Показано, как эмоции являются регуляторами, координаторами отношений в сетевом интернет-сообществе и одновременно регулируются им. Выявлено доминирование в сетевом сообществе позитивной эмоциональной тональности. Обнаружена поддержка сообществом позитивной тональности и вытеснение негативной. Выдвинуты предположения о социальных причинах этого явления. Сделаны выводы о возможностях научного аппарата социологии эмоций в исследовании тональности как социального явления.

Ключевые слова: социология эмоций; интернет-сообщества музыкальных исполнителей; тональность; автоматический анализ текстов; социальные функции эмоций; ритуалы переживания эмоций.

Для цитирования: Мальцева А.В., Шилкина Н.Е. Анализ тональности в интернет-сообществах музыкальных исполнителей : возможности социологии эмоций // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. – 2023. – № 2. – С. 71–88. DOI: 10.31249/rsoc/2023.02.05

© Мальцева А.В., Шилкина Н.Е., статья, 2023.

*Мальцева Анна Васильевна – доктор социологических наук, доцент кафедры социального анализа и математических методов в социальных науках Санкт-Петербургского государственного университета; a.maltseva@spbu.ru

**Шилкина Наталья Егоровна – доктор социологических наук, доцент кафедры социологии молодежи и молодежной политики Санкт-Петербургского государственного университета; n.shilkina@spbu.ru

Статья поступила: 20.02.2023.

Принята к публикации: 07.04.2023.

MALTSEVA A.V.*, SHILKINA N.E.** Tonality analysis in online communities of musical performers: perspectives of the sociology of emotions

Abstract. The article deals with the social nature of emotionality. It is shown how emotions can be a kind of regulator, coordinator of relations in the Internet community and are simultaneously regulated by it. The dominance of a positive emotional tone in the network community is revealed, as well as the support of the positive tone by the community and the displacement of the negative one. Assumptions about the social causes of this phenomenon are put forward. Conclusions are drawn about the opportunities of the scientific apparatus of the sociology of emotions in the study of tonality as a social phenomenon.

Keywords: sociology of emotions; online communities of musical performers; tonality, automatic analysis of texts; social functions of emotions; rituals of experiencing emotions.

For citation: Maltseva A.V., Shilkina N.E. Tonality analysis in online communities of musical performers : perspectives of the sociology of emotions. Social'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 11: Sociologiya [Social sciences and humanities. Domestic and foreign literature. Series 11: Sociology]. – 2023. – N 2. – P. 71–88. DOI: 10.31249/rsoc/2023.02.05

Received: 20.02.2023.

Accepted: 07.04.2023.

Введение

Эмоции традиционно ассоциируются со сферой интересов психологии и трактуются как проявление психических процессов

* Maltseva Anna Vasil'evna – Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology, St. Petersburg State University; a.maltseva@spbu.ru

** Shilkina Natalia Egorovna – Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology, St. Petersburg State University; n.shilkina@spbu.ru

личности. Однако социальная эволюция вмешивается в те свойства и состояния человека, которые всегда было принято биологизировать, и предъявляет к ним определенные социальные требования. Социология постепенно осваивает эту сферу как в рамках междисциплинарности, так и оценивая эмоции как социальное явление, результат социальных процессов, а также фактор социальных отношений.

Во второй половине 1970-х годов социология эмоций сформировалась в качестве отдельного направления. За это время появился целый ряд подходов к изучению эмоций, которые классифицируются на основе интерпретации их социального генезиса [Turner, Stets, 2005]. Остановимся на тех из них, которые стали теоретическим основанием нашего исследования.

Теоретические обоснования социальной природы эмоций

Так, если природой эмоций выступает культура, тогда предметом социологии эмоций являются способы их выражения и речь идет о культуре эмоций, нормах эмоционального поведения, а культурный контекст подавляет или трансформирует эмоции [Gordon, 1981], определяет правила переживания и выражения чувств, способы управления эмоциями в соответствии с социальными предписаниями [Hochschild, 1979].

Другой подход рассматривает позитивные эмоции как ценность, значимый ресурс, который можно использовать для выгодного обмена – получения вознаграждения или избежания наказания [Bericat, 2016], и эта связь тем сильнее, чем выше интенсивность контактов в социальной сети, ее плотность, вовлеченность участников, уровень взаимозависимости, степень неравенства. Если позитивные эмоции усиливают солидарность группы, то негативные, наоборот, провоцируют конфликт [Симонова, 2009].

Третье определение природы эмоций – идентичность, тождественность группе. Полная идентичность, т.е. идентичность, разделяемая субъектом, поддержанная группой и лицами, не относящимися к группе, вызывает положительные эмоции, неполная – отрицательные, включая чувство вины, стыда [Shott, 1979]. Для согласования своей идентичности с социумом субъекты могут придерживаться более или менее конструктивных защитных стра-

тегий, которыми могут быть корректировка своей идентичности, а также отрицание, подавление, проекция, уход [Симонова, 2009], что меняет поведение индивида, его Я-концепцию в соответствии с культурными требованиями, либо заставляет его вырабатывать субъективное, не всегда адаптивное отношение к сложившейся ситуации. В этом случае речь может идти даже об исключении индивида из общества, о котором говорил М. Фуко, проводя параллель со средневековыми лепрозориями, когда эмоция страха заставляет индивида действовать в соответствии с социальными предписаниями [Фуко, 1997].

Те же, кому удалось избежать исключения, занимают определенное положение в социальной структуре, и их место в иерархии, престижность занимаемого места, властные полномочия определяют их эмоциональные переживания, так что чем выше уровень власти и престижа, тем более выраженными становятся эмоции гордости и удовлетворения [Kemper, 1978]. Так иерархия социальной структуры отражается в диапазоне эмоций от страха и стыда до уверенности и гордости. Это работает и в обратном направлении: гордость за своих, позитивные оценки своего окружения, радость от принадлежности к группе – эти переживания, выраженные в текстах и символах, в некотором смысле поднимают престиж и место в социальной иерархии. Так, например, упоминание некоторого места – города, улицы или, скажем, воспевание профессии, рода занятий в произведениях искусства – приписывает объекту высокостатусные атрибуты и повышает в иерархии всех, имеющих к упомянутому непосредственное отношение, будь то место жительства, профессия и др. Негативные же эмоции могут выступать и как результат поражения в социальном статусе, и как его фактор. Поэтому лояльность группе всячески поддерживается и подкрепляется как фактор престижности группы, солидарность ее членов. Так эмоция связывает социального актора и социальную структуру [Barbalet, 1988]. И так эмоции переходят от индивидуальных проявлений к групповым, а мы говорим о коллективных эмоциях, поддерживаемых в ритуалах и символах, обеспечивающих заражение общим настроением группы, подражание эмоциональным проявлениям своих при отвержении других [Collins, 2004]. Результатом такого переживания становится чувство общности, групповой солидарности, морального един-

ства группы [Деева, 2010] и неприятие, отвержение чужих [Кричевский, Дубовская, 1991].

Исследования тональности эмоций

Социология эмоций десятилетиями развивалась при изучении непосредственных взаимодействий. Однако сейчас набирает популярность проблема анализа тональности текстов и стали появляться работы, исследующие эмоциональные переживания онлайн-сообществ методом вероятностного тематического моделирования [Interaction ritual threads, 2018; Maloney, 2013; Topic modeling of Russian-language texts ..., 2021]. Попробуем действовать в том же направлении и выполнить анализ тональностей в онлайн-сообществах музыкальных исполнителей.

В этой статье мы применим анализ тональностей для того, чтобы понять, как эмоции являются регуляторами, координаторами отношений в сетевом сообществе и одновременно регулируются им.

На основе этой классификации дадим определение тональности интернет-сообщества. Тональность – это социально обусловленные эмоциональные переживания участников сообщества, выраженные в комментариях в диапазоне от негативных до позитивных, отражающие отношение к сообществу, к себе и внешним событиям.

Рассмотрим тональность, устойчивость эмоций и поддержку их сетевым сообществом.

Процедура эмпирического исследования

Информационную базу исследования составили 264 997 комментариев на страницах сообществ музыкальных исполнителей (IC3 PEAK¹, ATL², Noize MC³), полученные посредством реализации

¹ IC3 PEAK </3. [Сообщество в соц. сети «ВКонтакте»]. – URL: <https://vk.com/ic3peakmusic> (дата обращения: 07.04.2023).

² ATL ACIDHOUSE. [Сообщество в соц. сети «ВКонтакте»]. – URL: https://vk.com/atl_acidhouze (дата обращения: 07.04.2023).

³ Noize MC. Официальное сообщество Noize MC ВКонтакте. – URL: <https://vk.com/noizemc> (дата обращения: 07.04.2023).

скрипта на языке программирования R с использованием VK API (программное обеспечение и реализация Антона Кудряшева). Был выбран период с начала существования онлайн-групп до пандемии, чтобы по возможности исключить из анализа нетипичный социальный контекст.

Метод автоматического анализа текстов и выявления тональностей высказываний – вероятностное тематическое моделирование. Вероятностное тематическое моделирование текстовых документов – один из популярных способов отследить тональность речи участников сетевых коммуникаций, зафиксированную в их повседневной речи. Социальные движения, сообщества, группы и другие субъекты общественной жизни, вырабатываемые ими новые смысловые пространства актуализируют исследования, фиксирующие факты социальной реальности и речевые презентации социальных субъектов. Так мы можем исследовать массовое настроение, групповые убеждения, установки, ценности и прочие феномены, зафиксированные в речи.

Для автоматической разметки текста применялся подход, основанный на словарях эмоциональной лексики. Его особенностью является использование готовых размеченных словарей, в которых каждому слову присваивается определенное значение тональности. Затем на основе словаря осуществляются поиск и подсчет эмоциональных слов в тексте и вычисляется общая тональность всего текста. Для реализации метода были выбраны словари «РуСентиЛекс» [Словарь оценочных слов, 2016] и «Карта Слов» [Тональный словарь русского языка, 2018]. Далее была определена тональность каждого комментария и оценен общий эмоциональный уровень в наборе комментариев под каждым постом и в сообществе в целом. Для решения этих задач был использован подход, предложенный А. Панченко [Panchenko, 2018], который состоит в расчете индексов тональности на уровне текстов и слов. Данные индексы позволяют измерить средний уровень эмоциональности в корпусе текстов. Автоматическая оценка тональности была проверена сравнением результатов, полученных от автоматической системы, и результатов, размеченных вручную методом,

Здесь и далее: Noize MC (Иван Алексеев) признан Минюстом РФ иностранным агентом.

предложенным А. Мальцевой [Topic modeling of Russian-language texts ..., 2021].

Результаты исследования

В таблице 1 представлена тональность, рассчитанная по сообществам музыкальных исполнителей IC3 PEAK, Noize MC (признан Минюстом РФ иностранным агентом), ATL с начала их существования до пандемии.

Таблица 1

Тональности в сообществах музыкальных исполнителей

% от общего числа	IC3 PEAK	Noize MC (признан Минюстом РФ иностранным агентом)	ATL
% позитивных слов	14,9	15,43	12,56
% негативных слов	7,88	6,7	6,12
% эмоционально окрашенных слов	22,78	22,13	18,68
% позитивных текстов	24,88	31,41	24,96
% негативных текстов	10,12	10,69	9,78
% эмоционально окрашенных текстов	34,92	42,1	34,74

Итак, мы видим, что в сетевых музыкальных сообществах количество позитивных слов и текстов вдвое превышает количество негативных.

Мы изобразили это на рисунке на примере сообщества Noize MC (признан Минюстом РФ иностранным агентом) и IC3 PEAK. Основная метрика, используемая при анализе, – Text Sentiment Index (TSI) [Panchenko, 2018]. Точками на графике отмечены значения TSI для каждой записи в группе. Пунктирной горизонтальной линией обозначена граница между постами с позитивным эмоциональным фоном в комментариях (выше линии) и негативным (ниже линии).

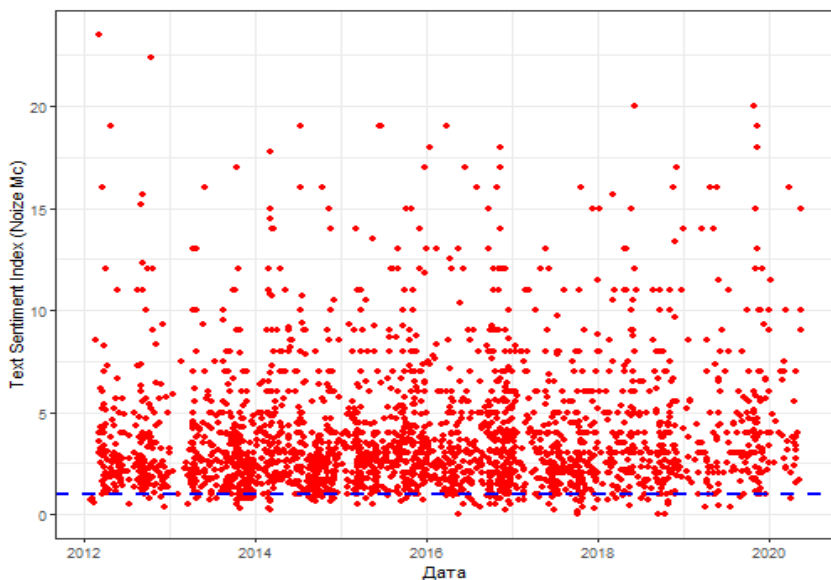


Рис. Распределение позитивных и негативных тональностей в комментариях сообщества Noize MC (признан Минюстом РФ иностранным агентом)

Сообщения поддерживаются как устойчивыми, фоновыми комментариями, эмоциональная тональность которых повторяется во все времена жизни сообщества, так и неустойчивыми событийными комментариями – относящимися к некоторому происшествию.

Позитивные комментарии преимущественно являются устойчивыми и создают постоянный фон.

Позитивный фон группы формируется двумя доминирующими типами эмоций, которые мы назвали эмоциями восхищения и эмоциями мечты. Эмоции восхищения отражают одобрение творчества и личности музыкантов¹: *«С P.O.D трек крутой!»*; *«У каждого трека свой посыл и все клипы разные и по своему*

¹ Здесь и далее курсивом выделена прямая речь авторов комментариев. Оригинальная орфография и пунктуация сохранены.

крутые»; «Достойный клип – достойная победа! 🏆🏆🏆❤❤❤😊😊😊»); «Поздравляем 😊»); «Четко!!!»; «Пушка!!!»; «Ваня, ты лучший!!!»; «Артист десятилетия 🏆🏆»; «Полностью заслуженная награда 💪💪»; «мощно 🌟»; «Респект!»; «Оч годно»; «Бро, с др! Пусть все будет офигенно! 🍷»; «Москва! Это было суперклассно! ✨». Эмоции мечты отражают состояние общей экзистенциальной радости от причастности к жизни вообще и к творчеству музыкантов в частности: «Марс есть. Говорят там классно»; «Ижевск в предвкушении ❤»; «Я горжусь каждым, кто приложил руку к созданию этого шоу, и всеми, кто его посетил! Спасибо вам огромное за сбывающиеся мечты!»; «Бро, от души поздравляем тебя! Пусть все дела идут четко и слаженно, а мечты исполняются в ритм ударам по барабану!».

Негативные комментарии могут быть как устойчивыми фоновыми, так и неустойчивыми событийными.

Устойчивые негативные комментарии поддерживают фон фрустрации и пессимистичной экзистенции. Эмоции фрустрации возникают от того, что сторонникам группы недостаточно ее присутствия, например, концерт группы не планируется, не состоялся выход нового альбома или песни, на концерте были технические помехи: «а че трека про леху до сих пор нет? ни у нойза ни у анакондаз?»; «Когда никто не хочет покупать дорогие билеты»; «Уже было купила билет, но решила узнать что за клуб. И отзывы очень пугают. Теперь ломаюсь. На Нойза хочется, в Морзе – нет 😞»; «До Екб не добрались (((((((Трансляции хоть включайте»); «Где дальний восток? 🤔»); «С Красноярском завязали? ((»; «Челябинск тоже мимо 😞»; «Очень обидно не видеть Иркутск в этом списке ((»; «Что там с песней, которая должна была выйти через 15 суток?»; «что с микрофоном? Или так и было задумано? Показалось, что у нее с микрофоном проблема была 😞»; «просто обидно, что подготовка была не по уровню. Он не показал себя. Может ему это и не нужно вовсе, а мне было обидно».

Несмотря на то что эмоции фрустрации являются реакцией на событие, мы относим их не к событийным, а к фоновым, в силу их перманентности. Эмоции пессимистичной экзистенции отра-

жают потерю смыслов, беспомощность и надежду найти вдохновение в музыкальном творчестве: «Томска нет, Москвы нет, России нет, США нет, нет планеты Земля, нет человечества, все бессмысленно и вообще это все сплошное гетто, трущоба в открытом Космосе»; «Меня очень вдохновляет (и убивает) этот мир, а в ваших строках и рифмовке я нахожу (возможно временное) убежище от самого себя»; «Пока не удалили. Не знаю, стоило это все писать. Наверное нет, это не мой “мир”»; «Наряжусь в самый жуткий костюм – буду собой»; «Бесконечное путешествие без пункта назначения».

Неустойчивые негативные комментарии являются реакцией на появление группы как новое событие в музыкальном мире. Как правило, они принадлежат противникам групп, осуждающим их творчество («то что звучит в их “песнях” разрушает мозг изнутри»; «по моему он бесталанный лох»). Также встречаются реактивные комментарии на неординарные события (такие как присоединение Крыма или начало масочного режима), но они вызывают конфликтную реакцию и вытесняются обсуждением музыкальных тематик.

Количество таких комментариев относительно мало, и не только потому, что нецензурные комментарии удаляются модераторами. Негативные комментарии не поддерживаются самим сообществом («боженька пожалуйста, пусть люди портящие атмосферу в группах сдохнут от рака»).

Уточнение валидности полученных данных

Итак, тональность высказываний в музыкальных сообществах преимущественно позитивна. Для того чтобы проверить, не относится ли это утверждение только к сообществам музыкальных фанатов, мы применили тот же метод анализа тональности к форумам волонтеров и в результате обнаружили то же преимущество позитивной тональности. В таблице 2 представлена тональность, рассчитанная по сообществам волонтеров: «Волонтеры Санкт-Петербурга»¹, «Волонтеры Победы»² и «Центр Волонтеров Санкт-Петербурга»¹.

¹ ВОЛОНТЕРЫ СПб : великие вершители добра. [Сообщество в соц. сети «ВКонтакте»]. – URL: <https://vk.com/volonteerspb> (дата обращения: 07.04.2023).

² Волонтеры Победы : Всероссийское общественное движение. [Сообщество в соц. сети «ВКонтакте»]. – URL: <https://vk.com/vsezapobedu> (дата обращения: 07.04.2023).

Таблица 2

Тональности в сообществах волонтеров

% от общего числа	Волонтеры СПб	Волонтеры Победы	Центр Волонтеров СПб
% позитивных слов	38,2	21,23	41,56
% негативных слов	4,48	3,2	6,21
% эмоционально окрашенных слов	42,68	24,25	47,76
% позитивных текстов	61,38	52,44	57,68
% негативных текстов	7,11	7,34	8,67
% эмоционально окрашенных текстов	68,49	59,78	66,35

Также было обнаружено, что сообщения с позитивной тональностью набирают наибольшее количество комментариев, лайков, репостов. Пример «сообщения-лидера»: *«Это тот праздник, который знают во всем мире, все выпускники хотят на нем побывать хоть раз в своей жизни, а проходит он всего лишь раз в году и только в Санкт-Петербурге. <...> И именно у тебя есть возможность стать частью этого грандиозного ежегодного события!?? “АЛЫЕ ПАРУСА” – единственный в мире праздник выпускников <...> одного из самых красивых городов планеты. Кроме того, это единственный в России праздник, занесенный в реестр мирового событийного туризма и рекомендованный к посещению почти в 20-ти странах Европейского Союза. Встреча главного героя праздника – романтического фрегата под алыми парусами – стоит того, чтобы ждать целый год! Попасть на праздник в качестве Добровольца очень просто! <...> Быть подписчиком группы самого долгожданного и знаменитого летнего праздника <...>».*

При этом встречаются «сообщения-аутсайдеры», наличие которых полностью игнорируется сообществом. Такие сообщения эмоционально нейтральны или транслируют негативные эмоции. Пример сообщения, не получившего ни одного комментария, лайка или репоста: *«Дорогие волонтеры, приходится сообщать вам и*

¹ Центр городских волонтеров Санкт-Петербурга. [Сообщество в соц. сети «ВКонтакте»]. – URL: <https://vk.com/volspbcenter> (дата обращения: 07.04.2023).

печальные новости! Волонтерство на конвенции СпортАккорд в нашей группе ПРЕКРАЩЕНО! <...> Руководство “Добровольцев Петербурга” просит быть внимательными и осторожными при записи на данное мероприятие!».

Интерпретация результатов

Итак, мы можем говорить, что в интернет-сообществах, объединяющих единомышленников, доминирует позитивная тональность. Сообщения негативной тональности вызывают конфликт, осуждение или игнорируются. Объяснение этому явлению мы можем найти в природе эмоций.

Социальное предписание на позитивную тональность. Социальный генезис эмоций определяет нормы эмоционального поведения в сообществе и трансформирует эмоции в соответствии с традициями культуры сообщества [Gordon, 1981]. Таким образом, сообщество выдает определенные предписания [Hochschild, 1979] на выражение эмоций в коммуникации, и первоочередное требование – позитивная тональность эмоциональных проявлений. Позитивная тональность получает вознаграждение в сообществе в виде лайков, комментариев, репостов, а негативная – наказание [Bericat, 2016] в виде игнорирования или обвинения в токсичности. Это возможно только в случае сообществ, имеющих сложившиеся культурные нормы. Если сообщество создано сравнительно недавно и не имеет своих вовлеченных, заинтересованных в жизни сообщества сторонников / фанатов, то требование позитивной тональности не работает: оно должно укорениться в характеристиках сообщества, объединяющего единомышленников.

На первый взгляд, все комментарии должны выполнять функцию обратной связи, корректируя активность сообщества. Но в реальности влиянием обладают только комментарии в позитивной тональности. Негативная же тональность подавляется сообществом как токсичная.

В определенном смысле мы можем интерпретировать предписание на позитивную тональность как следование ритуалам, о которых говорил Р. Коллинз [Collins, 2004]. В интернет-сообществах пределы негативных эмоций выступают как ритуальные границы. Так, негативные комментарии могут относиться только к

личным экзистенциям и не должны касаться не только тематик сообщества, но и внешних событий. В противном случае комментатор изгоняется за границы ритуала взаимодействия. Ритуалы касаются распределения и концентрации внимания сообщества. Негативная тональность по отношению к внешним (например, политическим) событиям на первый взгляд не должна вызывать отвержения, однако это происходит вследствие того, что внешняя повестка отвлекает внимание от событий и фигур, являющихся для сообщества ключевыми, – концертов, музыкантов и пр. Внешняя тематика может обсуждаться даже в негативной тональности, если она становится объектом творчества музыкантов. Ритуалы обеспечивают устойчивость позитивных эмоций. Позитивная тональность комментариев поддерживается и одобряется сообществом и обеспечивает традиционный эмоциональный фон, выход за пределы которого нарушает установленные условные границы.

Функции позитивной тональности. Позитивная тональность коммуникаций выполняет в сетевом сообществе ряд функций.

Прежде всего это функция заражения, благодаря которой эмоции становятся коллективными и укрепляют групповую солидарность [Симонова, 2009], сплоченность, групповое единство [Деева, 2010]. Обратная сторона этого процесса – неприятие чужих / других и снижение социальной критичности в отношении происходящего.

Благодаря «эмоциональному заражению» у пользователей поддерживается чувство причастности к престижному [Kemper, 1978; Barbalet, 1988], социально одобряемому сообществу, идентификация с которым вызывает такие положительные эмоции, как чувство успешности, правильности жизни и пр. И наоборот, доминанта негативной тональности вызывала бы чувство сомнения или даже вины от участия в чем-то, осуждаемом социумом [Shott, 1979]. Игнорирование негативных комментаторов или даже конфликт с ними – это защита групповой атмосферы единомышленников, понимающих друг друга людей, идентификации с теми, кем восхищаются все. Негативные комментарии, а также личности комментаторов автоматически оцениваются как токсичные независимо от содержания и объективности. Позволить доминировать негативным комментариям – значит согласиться на поражение, социальное исключение [Фуко, 1997] по типу «Корабля Дураков»

И. Босха либо покинуть группу. Обсуждать негативные комментарии – значит обсуждать ценность самой группы и своего присутствия в ней. Поэтому «дизлайкнуть» или удалить негативный комментарий, заблокировать комментатора в сетевом сообществе проще и безопаснее для группового единства. Таким образом конструируется сетевое виртуальное комьюнити единомышленников без токсичных людей.

Еще одна функция позитивной тональности – это поддержание активности участников сообщества, будь то музыкальные фанаты, волонтеры или другое. Позитивная эмоциональная тональность вдохновляет и мотивирует к значимой для сообщества деятельности – такой как посещение концертов, добровольчество или любая другая активность. Переживание положительных эмоций мотивирует к продолжению коммуникаций, более интенсивному участию в жизни сообщества ради повторения позитивных переживаний, что создает внутри него определенные ритуалы взаимодействия.

Если условно характеризовать социальные эмоции в пределах следующих дихотомий: переживаемые и выраженные в речи [Маслечкина, 2015]; конструируемые и интериоризированные в процессе социализации [Gordon, 1981; Turner, 2007]; индивидуальные и коллективные [Долгов, 2018]; неустойчивые и продолжительные [Bericat, 2016], создающие эмоциональный фон сообщества; позитивные и негативные [Social media sentiment analysis, 2020], – то можно увидеть специфику эмоций интернет-сообщества (табл. 3). Главное то, что позитивная тональность конструируется сообществом и является фоном для его основной деятельности на протяжении всей его жизни. Есть основания предположить, что позитивная тональность не просто важна для жизни сообщества, а фактически является одним из условий его существования.

Таблица 3

Различия эмоций в социуме и интернет-сообществе

	Эмоции в социуме	Эмоции в интернет-сообществе
По форме проявления	Выражены в устной, письменной и невербальной речи	Выражены в письменной речи и символах
По природе	Обусловлены социализацией в социуме	Конструируются сообществом

Анализ тональности в интернет-сообществах музыкальных исполнителей: возможности социологии эмоций

По носителю	Индивид и коллективный субъект	Сообщество
По устойчивости	Кратковременные состояния и продолжительные настроения	Постоянные для всего периода жизни сообщества
По тональности	В диапазоне от негативных до позитивных	Преимущественно позитивные

Заключение

В заключение мы хотим сказать о возможностях социологии прогнозировать социальные процессы, изучая преобладающие в социуме тональности. На примере сообщества музыкальных исполнителей мы обнаружили поощрение позитивных эмоций в сетевом общении и подавление негативных эмоций как токсичных для сообщества. Если рассматривать интернет-сообщество как микросоциум, то на первый взгляд это выглядит как модель идеального общества всеобщего счастья. Однако достигнутый результат отражает антагонизм групповой сплоченности и социальной толерантности. С одной стороны – единство и комфортная среда единомышленников; с другой – демонизация чужого / другого и недостаток критичности. Если речь идет о малой группе (2–20 человек), например, о трудовом коллективе, как у Р.Л. Кричевского [Кричевский, Дубовская, 1991], то это явление в некоторой степени может быть оправданно.

Вместе с тем предписание на позитивную тональность в интернет-сообществе, идеология которого состоит в открытости и доступности для всех, свободе слова, мнений и пр., вызывает массу вопросов. Для получения ответов на них необходим научный аппарат социологии, предоставляющий возможности исследования соотношения позитивной и негативной тональности в речи и роли этого баланса для социальной стабильности или наоборот – социальных изменений и трансформаций. А пока есть основания предположить, что доминанта негативной или позитивной тональности не является буквальным отражением соответственно «плохого» или «хорошего» общества.

Список литературы

Деева М.И. От индивидуального к разделяемому аффекту : постдюркгеймианская традиция в социологии эмоций // Социологическое обозрение. – 2010. – Т. 9, № 2. – С. 134–154.

Долгов А.Ю. Исследование коллективных эмоций в социальных науках. (Обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. – 2018. – № 2. – С. 117–155.

Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Психология малой группы : теоретические и прикладные аспекты. – Москва : Изд-во МГУ, 1991. – 205 с.

Маслечкина С.В. Выражение эмоций в языке и речи // Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. – № 3. – С. 231–236.

Симонова О.А. Социологическое исследование эмоций в современной американской социологии : концептуальные проблемы // Социологический ежегодник, 2009. – Москва : ИНИОН РАН, 2009. – С. 199–225.

Словарь оценочных слов и выражений русского языка РуСентиЛекс. – 2016. – URL: <https://www.labinform.ru/pub/rusentilex/index.htm> (дата обращения: 07.04.2023).

Тональный словарь русского языка. – 2018. – URL: https://github.com/dkulagin/kartaslov/tree/master/dataset/emo_dict (дата обращения: 07.04.2023).

Фуко М. История безумия в классическую эпоху. – Санкт-Петербург : Университетская книга, 1997. – 573 с.

Barbalet J.M. Emotion, social theory and social structure : a macrosociological approach. – Cambridge : Cambridge university press, 1988. – IX, 210 p.

Bericat E. The sociology of emotions : four decades of progress // Current sociology. – 2016. – Vol. 64, N 3. – P. 491–513. – DOI: 10.1177/0011392115588355

Collins R. Interaction ritual chains. – Princeton (NJ) : Princeton university press, 2004. – XX, 439 p.

Gordon S.L. The sociology of sentiments and emotion // Social psychology : sociological perspectives / ed. by M. Rosenberg, R.H. Turner. – New York : Basic books, 1981. – P. 562–592.

Hochschild A.R. Emotion work, feeling rules, and social structure // American journal of sociology. – 1979. – Vol. 85, N 3. – P. 551–575.

Interaction ritual threads : does IRC theory apply online / DiMaggio P., Bernier C., Heckscher Ch., Mimno D. // Ritual, emotion, violence : studies on the micro-sociology of Randall Collins / ed. by E.B. Weininger, A. Lareau, O. Lizardo. – New York : Routledge, 2018. – P. 81–124.

Kemper T.D. A social interactional theory of emotions. – New York : Wiley, 1978. – ix, 459 p.

Maloney P. Online networks and emotional energy // Information, communication and society. – 2013. – Vol. 16, N 1. – P. 105–124. – DOI: 10.1080/1369118 X. 2012.659197

Panchenko A.I. Sentiment index of the Russian speaking Facebook. – 2018. – August 23. – 12 p. – URL: <https://arxiv.org/pdf/1808.07851.pdf> (accessed: 07.04.2023). – DOI: 10.48550/arXiv.1808.07851

Shott S. Emotion and social life : a symbolic interactionist analysis // *American journal of sociology*. – 1979. – Vol. 84, N 6. – P. 1317–1334.

Social media sentiment analysis with context space model / Maltseva A.V., Shilkina N.E., Makhnytkina O.V., Lizunova I.A. // *Communications in computer and information science*. – 2020. – Vol. 1135. – P. 399–412.

Topic modeling of Russian-language texts using the parts-of-speech composition of topics (on the example of volunteer movement semantics in social media) / Maltseva A., Shilkina N., Evseev E., Matveev M., Makhnytkina O. // 29 th Conference of Open Innovations Association (FRUCT). – Tampere : FRUCT, 2021. – P. 247–253. – DOI: 10.23919/FRUCT52173.2021.9435475

Turner J.H. *Human emotions : a sociological theory*. – London ; New York : Routledge, 2007. – xii, 232 p.

Turner J.H., Stets J.E. *The sociology of emotions*. – Cambridge ; New York : Cambridge university press, 2005. – xviii, 349 p.

References

Barbalet J.M. *Emotion, social theory and social structure : a macrosociological approach*. – Cambridge : Cambridge university press, 1988. – ix, 210 p.

Bericat E. The sociology of emotions : four decades of progress. *Current sociology*. – 2016. – Vol. 64, N 3. – P. 491–513. – DOI: 10.1177/0011392115588355

Collins R. *Interaction ritual chains*. – Princeton (NJ) : Princeton university press, 2004. – XX, 439 p.

Deeva M.I. Ot individual'nogo k razdelyaemomu affektu : postdiurkgeimianskaya traditsiya v sotsiologii emotsij [From individual to shared affect : the post-Durkheimian tradition in sociology of emotions]. *Sotsiologicheskoe obozrenie*. – 2010. – Vol. 9, N 2. – P. 134–154. (In Russian)

Dolgov A.Yu. Issledovanie kollektivnykh emotsii v sotsial'nykh naukakh. (Obzor) [Studies of collective emotions in social sciences. (Review)]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 11: Sociologiya* [Social sciences and humanities. Domestic and foreign literature. Series 11: Sociology]. – 2018. – N 2. – P. 117–155. (In Russian)

Fuko M. *Istoriya bezumiya v klassicheskuyu epokhu* [A history of madness in the classical era]. – St. Petersburg : Universitetskaya kniga, 1997. – 573 p. (In Russian)

Gordon S.L. The sociology of sentiments and emotion. *Social psychology : sociological perspectives*. Ed. by M. Rosenberg, R.H. Turner. – New York : Basic books, 1981. – 562–592.

Hochschild A.R. Emotion work, feeling rules, and social structure. *American journal of sociology*. – 1979. – Vol. 85, N 3. – P. 551–575.

Interaction ritual threads : does IRC theory apply online / DiMaggio P., Bernier C., Heckscher Ch., Mimmo D. *Ritual, emotion, violence : studies on the micro-*

sociology of Randall Collins. Ed. by E.B. Weinger, A. Lareau, O. Lizardo. – New York : Routledge, 2018. – P. 81–124.

Kemper T.D. *A social interactional theory of emotions*. – New York : Wiley, 1978. – ix, 459 p.

Krichevskij R.L., Dubovskaya E.M. *Psikhologiya maloj gruppy : teoreticheskie i prikladnye aspekty* [Small group psychology : theoretical and applied aspects]. – Moscow : Moscow State University, 1991. – 205 p. (In Russian)

Maloney P. Online networks and emotional energy. *Information, communication and society*. – 2013. – Vol. 16, N 1. – P. 105–124. – DOI: 10.1080/1369118 X. 2012.659197

Maltseva A.V., Shilkina N.E., Makhnytkina O.V. et. al. Social media sentiment analysis with context space model. *Communications in computer and information science*. – 2020. – Vol. 1135. – P. 399–412.

Maslechkina S.V. Vyrashenie emotsij v yazyke i rechi. [Expression of emotion in language and speech]. *Vestnik Buriatskogo gosudarstvennogo universiteta* [The Buryat State University Bulletin]. – 2015. – N 3. – P. 231–236. (In Russian)

Panchenko A.I. *Sentiment index of the Russian speaking Facebook*. – 2018. – August 23. – 12 p. – URL: <https://arxiv.org/pdf/1808.07851.pdf> (accessed: 07.04.2023). – DOI: 10.48550/arxiv.1808.07851

Shott S. Emotion and social life : a symbolic interactionist analysis. *American journal of sociology*. – 1979. – Vol. 84, N 6. – P. 1317–1334.

Simonova O.A. Sotsiologicheskoe issledovanie emotsij v sovremennoj amerikanskoj sotsiologii : kontseptual'nye problemy [The sociological study of emotions in contemporary American sociology : conceptual problems]. *Sotsiologicheskii ezhegodnik, 2009* [Sociological yearbook, 2009]. – Moscow : INION RAN, 2009. – P. 199–225. (In Russian)

Slovar' otsenochnykh slov i vyrazhenii russkogo yazyka RUSentiLeks [Dictionary of evaluation words and expressions of the Russian language RuSentiLex]. – 2016. – URL: <https://www.labinform.ru/pub/rusentilex/index.htm> (accessed: 07.04.2023). (In Russian)

Tonal'nyi slovar' russkogo yazyka [Tone dictionary of the Russian language]. – 2018. – URL: https://github.com/dkulagin/kartaslov/tree/master/dataset/emo_dict (accessed: 07.04.2023). (In Russian)

Topic modeling of Russian-language texts using the parts-of-speech composition of topics (on the example of volunteer movement semantics in social media) / Maltseva A., Shilkina N., Evseev E., Matveev M., Makhnytkina O. *29 th Conference of Open Innovations Association (FRUCT)*. – Tampere : FRUCT, 2021. – P. 247–253. – DOI: 10.23919/FRUCT52173.2021.9435475

Turner J.H. *Human emotions : a sociological theory*. – London ; New York : Routledge, 2007. – XII, 232 p.

Turner J.H., Stets J.E. *The sociology of emotions*. – Cambridge ; New York : Cambridge university press, 2005. – XVIII, 349 p.