

**И.М. Богдановская,  
РГПУ им. А.И. Герцена;  
А.Б. Углова,  
РГПУ им. А.И. Герцена;  
Б.А. Низомутдинов,  
Университет ИТМО**

## **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ЦИФРОВЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ TELEGRAM-КАНАЛОВ)**

В статье раскрываются результаты автоматизированного анализа структуры и содержания профессионального дискурса telegram-каналов о психологии. Выявлено, что ведущей коммуникативной стратегией высокорейтинговых каналов является «Психологическое просвещение в области взаимоотношений». Ведущей коммуникационной стратегией низкорейтинговых каналов является «Выбор популярных и эффективных механизмов продвижения».

Ключевые слова: Коммуникационные стратегии, информационное пространство, автоматизированный сбор данных, коммуникационная тактика.

**I.M. Bogdanovskaya,  
The Herzen State Pedagogical University of Russia;  
A.B. Uglova,  
The Herzen State Pedagogical University of Russia;  
B.A. Nizamutdinov,  
ITMO University**

## **PROFESSIONAL PSYCHOLOGICAL DISCOURSE IN DIGITAL MEDIA (ON THE EXAMPLE OF TELEGRAM CHANNELS)**

The article reveals the results of an automated analysis of the structure and content of the professional discourse of telegram channels about psychology. It is revealed that the leading communicative strategy of highly rated channels is «Psychological education in the field of relationships». The leading communication strategy of low-rated channels is «The choice of popular and effective promotion mechanisms».

Keywords: Communication strategies, information space, automated data collection, communication tactics.

Информационная среда играет все большую роль в жизни профессиональных сообществ, вследствие чего повышается роль и значение коммуникации в цифровых медиа. Профессиональную коммуникацию в цифровых медиа можно определить как социо-речевую сферу с присущими ей дискурсивными практиками и жанровыми формами их реализации [1]. Профессиональный психологический дискурс в цифровых медиа в самом общем виде можно понимать как общение на психологические темы, протекающее в виртуальной среде, которое можно рассматривать как целостный объект в единстве языковых, коммуникативно-прагматических, когнитивных, социо- и этнокультурных, коммуникативно-технологических характеристик [2].

В настоящее время существуют исследования некоторых типов профессионального дискурсивного взаимодействия в цифровых медиа: инженерного [3], юридического [4], медицинского [2], психологического [5]. В работах, посвященных описанию психологического профессионального дискурса, не получила должного освещения специфика коммуникативных практик психологов в виртуальном пространстве. В связи с этим цель нашей работы заключалась в анализе коммуникативных стратегий, которые используют telegram-каналы психологической направленности для достижения высокой посещаемости и вовлеченности своей аудитории.

Для изучения была выбрана платформа Telegram. Нами рассматривался рейтинг (по количеству подписчиков) каналов, посвященных психологической проблематике сервиса TGStat, включающий 100 позиций. В ходе исследования мы сравнивали самые популярные каналы с менее популярными. Обработка информации осуществлялась с помощью автоматизированного кластерного анализа и экспертного анализа определенных тематик.

В результате были проанализированы содержательные аспекты контента из 10 наиболее популярных каналов и 10 наименее популярных. Результаты визуализации распределения постов по кластерам представлены на рисунках 1 и 2.

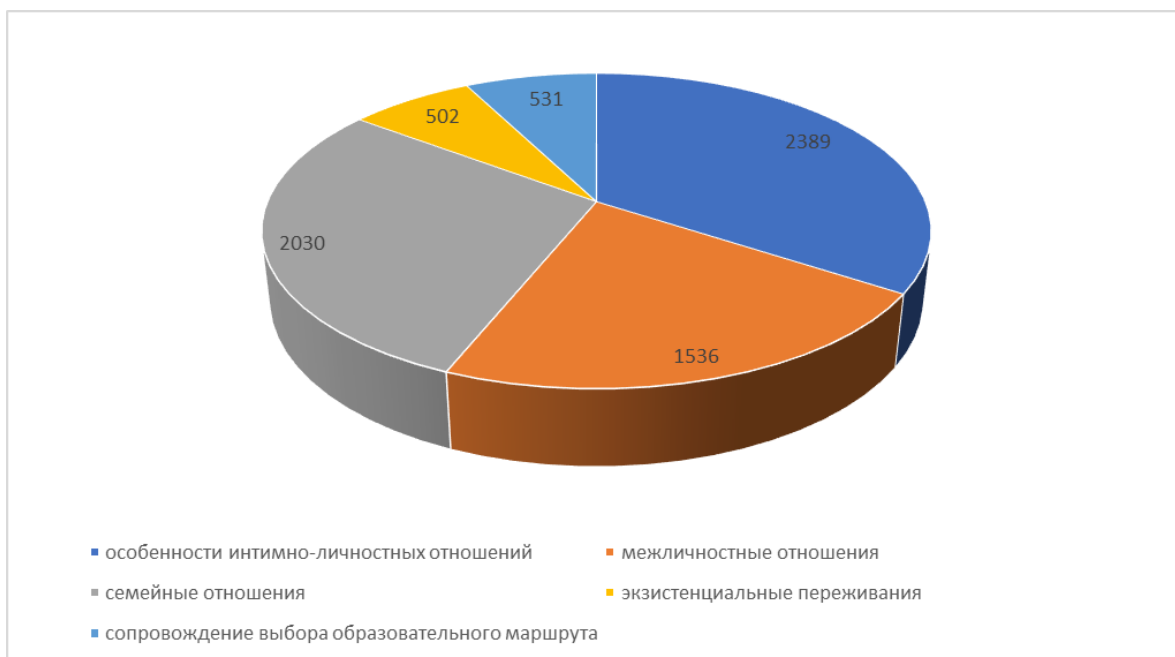


Рис. 1. Категориальная структура коммуникативных тактик психологических telegram-каналов с высоким рейтингом

Ведущей коммуникативной стратегией высокорейтинговых telegram-каналов выступает «Психологическое просвещение в сфере отношений». Она раскрывается через коммуникативные тактики, позволяющие пользователям более глубоко представить особенности интимно-личностных (ключевые слова: мужчина, женщина, секс, сексуальный, женский), межличностных (ключевые слова: человек, собеседник, часто, нравиться, коллега, вид, фраза, комплимент, стоять), семейных (ключевые слова: мужчина, женщина, социотип, жена, характер, функция, любить, простить, счастье, отпустить) и экзистенциальных (ключевые слова: жизнь, цель, жить, смысл, ноябрь, счастье, радоваться, достигнуть, начать, билет) аспектов системы отношений. Следующая по выраженности коммуникативная стратегия высокорейтинговых каналов: «Психологическое сопровождение выбора образовательного маршрута» (ключевые слова: билет, публичный, онлайн-консультация, встреча, скорый, страх, найти, июль, июнь, поговорить).

Анализ контента образовательных telegram-каналов с низким рейтингом позволил выделить 4 ведущие тактики (Рис. 2).

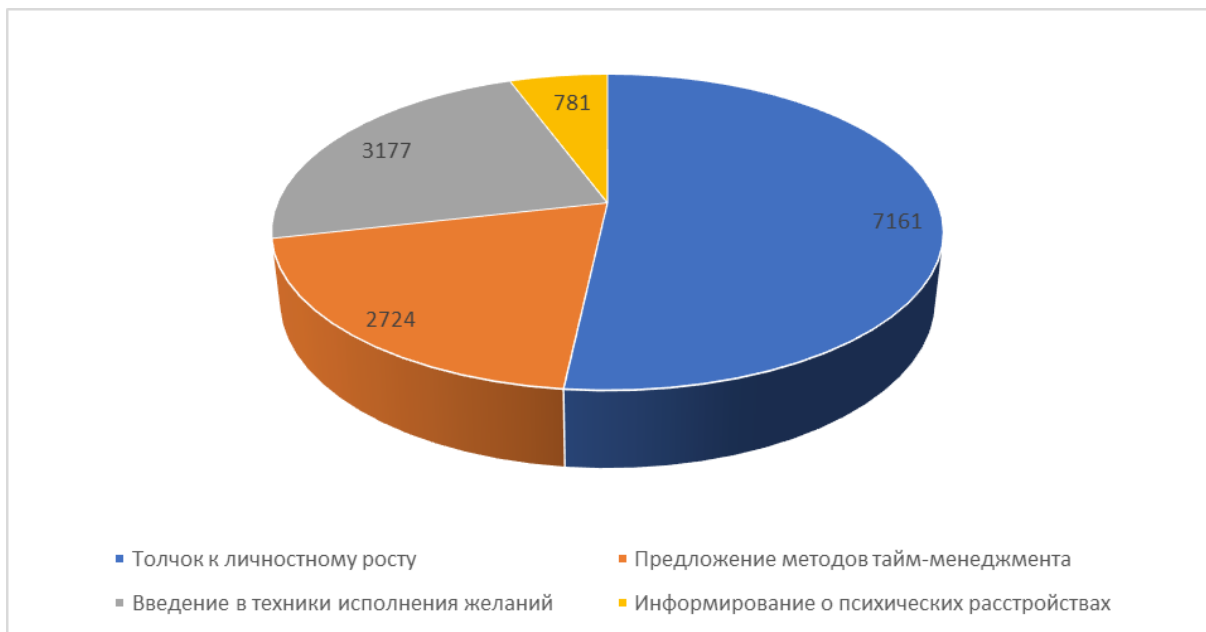


Рис. 2. Категориальная структура коммуникативных тактик психологических telegram-каналов с низким рейтингом

Ведущую коммуникативную тактику можно обозначить как «Толчок к личностному росту» (день, заряд, успех, трекер, делать, видео, пройти, завершить, набросок, новое, тренировка, вызов, день, квартира, курс, трансляция, запись, ссылка, зеркало, новости, сайт, марафон, тренировка, место проведения). Следующая по частоте тактика – «Предложение методов тайм-менеджмента» (задача, кейс, цель, время, работа, список, выполнение, важно, привычка, результативность, сделать, подготовить, спланировать, восполнить). Третья тактика – «Введение в техники исполнения желаний» (жизнь, проживать, неудача, думать, страх, утверждение, мечта, ошибка, верить, мир, друг, притча, мужчина, любовь, женщина, сын, однажды, любовь, бог, медитация, делание). Четвертая тактика – «Информирование о психических расстройствах» (расстройство, пациент, психическое, болезнь, депрессия, синдром, шизофрения, страдание, состояние, симптом).

Таким образом, анализ психологических telegram-каналов позволил реконструировать группы коммуникативных тактик, реализующих прямое или косвенное воздействие на адресата. Практическая значимость полученных результатов связана с возможностью их использования для разработки инструментов мониторинга профессионального психологического общения в сети Интернет.

### Список литературы:

1. Голев Н.Д., Шпильная Н.Н. Обыденная медиакommunikация как социоречевая сфера: постановка проблемы и границы проявления // Медиалингвистика. 2021. №8 (1). С. 23-34.

2. Ахнина К.В., Куриленко В.Б. Сетевой медицинский дискурс: сущность, признаки, структура // Полилингвильность и транскультурные практики. 2015. №1 // <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoy-meditsinskiy-diskurs-suschnost-priznaki-struktura>

3. Иванова Л.И. Электронный сетевой иноязычный инженерный дискурс и его лингводидактические возможности // Известия Южного федерального университета. Серия: Технические науки. 2010. № 10. Т. 111. С. 72-75.

4. Хустенко А.А. Новые формы профессиональной коммуникации юристов в медиасреде (на материале публикаций интернет-сообществ) // Вестник ТГПУ. 2021. № 6 (218). С 97-104.

5. Новикова Е.К. Продвижение экспертного блога психолога в социальной сети Instagram<sup>11</sup> // Социосфера. 2021. № 3. С. 87-90.

---

<sup>11</sup> Деятельность социальной сети запрещена на территории Российской Федерации.