

МЕДИАЛИНГВИСТИКА

MEDIA LINGUISTICS

УДК 81'27

DOI 10/21209/1996-7853-2017-12-2-109-115

Анастасия Николаевна Гришанина,
кандидат филологических наук, доцент,
Санкт-Петербургский государственный университет
(199004, Россия, г. Санкт-Петербург, 1-я линия, 26),
e-mail: a.grishanina@spbu.ru

Личность в координатах социальных сетей: конструктивизм и деструктивизм речевого поведения

В статье рассматриваются вопросы изучения личностных характеристик потребителей медиатестов, в частности, пользователей социальных сетей; выявляются особенности функционирования диалогов сетевого пространства и наличия в них экстремистских проявлений. Автор делает попытку классифицировать причины медиаагрессии, агрессивного речевого поведения, намерений размещения графической и рисуночной информации на страницах социальных сетей как основных современных каналов коммуникации. Изучается личность – авторы медиаинформации. После проведённых исследований анализируются интенции авторов сообщений, приводятся тенденции и типология размещения материалов. Методы и приёмы исследований – мониторинг сетевой среды, элементы контент-анализа текстов и изображений как медиаматериалов, интент-анализ и др. Анализ теоретических вопросов изучения личности, социально-психологический подход к субъекту коммуникации – человеку – позволяет выявить интенции и мотивы коммуникационного участия, причины создания материалов, имеющих экстремистские проявления. Автор опирается на принципы гуманистического психоанализа Э. Фромма, его типологию социальных характеристик личности и гипотезу о том, что современное общество «опредмечивает» человека, создаёт деструктивный тип личности. Практическая значимость разработки тематики заключается в том, что предпринимаются усилия к исследованию причины репостов такого рода информации, что даёт основание смоделировать социокультурную схему общения в сетевой среде. Это позволяет также подойти к разработке современных способов защиты от речевой медиаагрессии и экстремистских проявлений и преодоления речевых угроз.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, медиатекст, личность, деструктивная личность, социальная сеть, экстремистские проявления, речевая угроза

Вводная часть. Сетевое пространство из вместилища информации за последние десятилетия незаметно превратилось в мощную информационную технологию и стало причиной многочисленных изменений, происходящих с человеком в обществе (зависимость, агрессивность, эмоциональное напряжение, фрустрация и др.). Медиакоммуникации поддерживают на плаву все современные средства массовой информации. Сегодня ни одно СМИ, ни одна более-менее солидная организация не обходится без аккаунта в социальной сети. Всемирная паутина для специалиста – «это глобальная совокупность

виртуальных коммуникационных возможностей и новая информационная реальность, способная оказывать существенное влияние на механизмы управления восприятием» [4, с. 117]. Такое положение дел оказывает мощное влияние на человека, осознанно и подсознательно заставляет его меняться, трансформироваться, иногда – «подстраиваться» под условия коммуникации. На процесс изменений влияет факт (наличие) многочисленной агрессивной информации, в том числе в связи с мировыми событиями – информации экстремистского либо угрожающего характера. Филологи, эксперты-лингвисты, специалисты

в области журналистики и массовых коммуникаций всё чаще говорят о необходимости изучения контента социальных сетей с целью разработки коммуникативных стратегий безопасности для человека, партнёрства, защиты. В последнее время в медиапространстве появляется немало высказываний экстремистского характера, речевые действия бывает трудно оценить на предмет наличия угрозы, призыва; они оформляются как скрытые побуждения к совершению действий.

Российские и зарубежные исследователи изучают феномены появления подобных медиатекстов. Вопросы разрушения личности под воздействием потребления СМИ и сетевой информации изучаются в сфере психологии, социологии, журналистики, массовой коммуникации (Е. Fromm, 1976–1980; Н. Jonas, 2004; Е. В. Lambeth, 1998; S. J. A. Ward, 2006; J. C. Merrill, 1997; Г. В. Лазутина, 2000; М. И. Шостак, 2001; К. В. Злоказов, А. Ю. Софронова, 2013–2016; Г. С. Мельник, Н. О. Свешникова, 2014–2016).

Данные о методологии и методике исследования. Методология определяется предметом и направленностью исследования. Прежде всего, изучалась личность в координатах медиа, поэтому исследования проводились в рамках социально-психологических методов и приёмов, а также медиаисследований (*mediaresearch*). Сделан первичный тренеровочный мониторинг социальных сетей в рамках экспертной деятельности Санкт-Петербургского государственного университета, выявлены те страницы и ссылки, на которых чаще всего встречаются агрессивно-деструктивные тексты, речевые угрозы и информация экстремистской направленности. Был применён сравнительный анализ текстов, метод «наблюдение», данные исследований с помощью этого метода из открытых источников оперативных служб по выявлению экстремизма. Основным методом при исследовании последствий воздействия на личность стал интент-анализ, использовались элементы контент-анализа медиатекстов (текст, изображение, видео, креолизованные тексты). За 2016 год обработано 80 страниц социальных сетей, преимущественно социальная сеть «ВКонтакте». На каждой странице в среднем размещается от двух до десяти текстов, комментарии (разное количество, не поддающееся систематизации).

Методологическое решение исследования направлено на то, чтобы решить насущные теоретические и практические задачи: выявить тенденции размещения текстов, измерения авторов, выработать предложения

по защите от угрожающей и агрессивной информации, пути взаимодействия СМИ и социальных сетей.

Результаты исследования показали: человек подчиняется всем правилам игры и одновременно бунтует против них в многочисленных высказываниях, так как с одной стороны, следует символической логике социального и социальному образцу, с другой – оказывает сопротивление новой социализации, проходящей с помощью интернет-приёмов. Каждая личность наделена образом «я», который представляет собой определённую совокупность характеристик, «учреждённых символическим знанием о нём самом, некие зеркальные отражения и понятие субъективности» [2, с. 70].

Сетевая коммуникация вмещает все привычные современному человеку ритуалы, позволяющие каждому типу субъектности функционировать в ней. В этой среде есть правила и нормы (чаще всего языковые – вербальные в сочетании с невербальными фрагментами текста), находящиеся в сложных отношениях с субъектом. В социальных сетях сложился определённый язык общения, в чатах и твиттере – своя система обмена информацией; примеры можно продолжить такими понятиями, как «блог», «стена» «ВКонтакте», «форум» и т. п. У человека появляется иллюзия выбора: поддержать языковое равновесие, или же сохранить своё «я» вопреки принятым в данном сообществе правилам. Вполне понятно, что не все претензии норм и правил могут быть достаточно обоснованы, более того, они и не всегда осознаются тем, кто оказывается в интернет-контакте.

Поставляемая информация часто предстаёт перед читателем по различным причинам в искажённом виде. Вся информация, которую получает аудитория, можно разделить на три вида: качественную, бесполезную, некачественную. Качественная информация правильно отражает действительность и необходима для интерпретации события, процесса; некачественная необходима для интерпретации события, процесса, ситуации, но неправильно отражает действительность; бесполезная информация – не обязательно необходимая для интерпретации события, процесса принятия конкретного решения. К видам некачественной информации относится дезинформация. Под дезинформацией обычно понимается вымышленная или неточная, неполная информация. Качественная информация имеет ценностную природу [11, с. 762].

Выявлено: большинство диалогов социальной сети «ВКонтакте», в которых можно



встретить агрессивно-деструктивные высказывания, а также элементы экстремистских проявлений, располагаются на так называемой стене (это часть социальной сети «Вконтакте», где пользователи делятся своими записями, мыслями, делают репосты, выкладывают фотографии и комментируют записи). Чаще всего информация, размещённая на стене, открыта всем, реплики являются источником возникновения диалогичной речи. Основные внешние, то есть направленные от личности к сообществу, цели использования стены для сетевой коммуникации – привлечь внимание к какой-либо информации и развить тему.

Пользователи отмечают, что считают стену одним из наиболее эффективных способов начального этапа коммуникации как акта общения, привлечения внимания; зачином для дальнейшего диалога и переписки в закрытом сетевом пространстве. Однако самим

фактом размещения информации на стене социальной сети пользователь выражает намерение привлечь внимание читателей (пользователей) именно к той информации, которая сообщается автором. Размещение информации имеет и личностные цели, не связанные с внешними обстоятельствами. Отметим, что репост – это акт копирования записи к себе на страницу в социальной сети, а также сама скопированная запись или новость; комментарий (от лат. *commentarius* – «заметки, записки; толкование») – пояснения к тексту, рассуждения, замечания о чём-нибудь или в Интернете – к посту (сообщению). Такое объяснение даётся в открытой энциклопедии – Википедии, так как толкования в словарях этих слов, претендующих на слэнговое употребление, пока ещё нет.

Исследования показали: формы контактов в Сети напрямую зависят от намерений автора информации, что отражено в таблице.

Формы сетевого коммуникативного контакта при размещении пользователями информации агрессивно-деструктивного характера

<i>Форма контакта</i>	<i>Интенциональная цель</i>	<i>Количество медиатекстов (% от исследованных материалов)</i>	<i>Элементы словесного экстремизма (% от исследованных материалов)</i>
Размещение	Ожидание реакции, желание выйти на контакт в Сети, провоцирование, троллинг	98	3–4
Репост	Согласие, протест, вызов, угроза	58	7
Вторичный и последующий репост	Проявление деструктивных качеств личности, демонстрация характера	60	7–9
Комментарий	Осознанная/неосознанная реакция, провоцирование, манипулирование, угроза	76	8–10
Повторный комментарий	Демонстрация позиции (жизненной/ситуативной), разъяснение информации, демонстрация характера	55	2–3

Приблизительное, условное число в четвёртом столбце таблицы означает, что проявления экстремистского характера не всегда можно выявить с точностью. Несмотря на принятый закон об экстремистской деятельности, поправки к документу и подзаконные акты, исследователи и эксперты в области массовой коммуникации расходятся во мнении, какие именно речевые проявления можно отнести к экстремистским. В методических рекомендациях «Об использовании специальных познаний по делам и материалам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды» к словесному экстремизму относятся следующие позиции. Это «целенаправленные акты публичной передачи сообщений в форме устных или письменных

речевых высказываний, которые направлены на возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды либо ненависти, включая передачу информации языковыми средствами в публичных выступлениях, печатных изданиях, средствах массовой информации (радио, телевидение); оправдывают или обосновывают их; призывают или подстрекают к осуществлению, иницируют, провоцируют или руководят противоправными действиями экстремистского толка; пропагандируют нацистскую или сходную с ней до степени смешения символику и атрибутику»¹.

¹ Об использовании специальных познаний по делам и материалам о возбуждении национальной, расовой или религиозной вражды: метод. рек. – М.: НИИ проблем укрепления законности и правопорядка Генеральной прокуратуры Российской Федерации, 1999.

Интен-анализ фраз авторов текстов, репостов и комментариев выявил их намерения: продемонстрировать мнение по поводу конкретного события, сделать собственные выводы и прогнозы, иногда – показать свой текст как инструмент угрозы. Угрозы часто бывают анонимными, их воплощение не предусматривается. Трудность исследования заключается в том, что информация в большинстве случаев является оценочной. Человек заявляет о себе, высказывает, что он думает по этому поводу. Как правило, это люди с активной жизненной позицией, имеющие образование и знания в той области, которую обсуждают, однако часто непонятые в своей среде или же ищущие новых контактов, подтверждения своим мыслям, во многом отвечающие характеристике современного сетевого читателя. Иногда процесс «взрослой» социализации проходит у пользователя за счет эпатажного поведения в Сети (ирония, сарказм, сексизм, пародия, коллаж).

Не случайно в качестве основной формы коммуникации используются комментарии как попытка «поговорить». Коммуникативные сообщения строятся по типу диалогического общения (разговор двух или нескольких лиц, форма речи, состоящая из обмена репликами). Основной единицей диалога является диалогическое единство – смысловое, тематическое объединение нескольких реплик, представляющее собой обмен мнениями, высказываниями, каждое последующее из которых зависит от предыдущего [1, с. 140–153]. Некоторые реплики участвуют в диалогическом единстве за счёт реплик, обнаруживающих реакцию не на предшествующую реплику собеседника, а на общую ситуацию речи.

Реплики по своему характеру и составу слов показывают намерения авторов, особенности их личности (активная позиция автора и читателя по поводу появления информации, а также желание быстро вербально отреагировать на неё); конкретную коммуникативно-речевую тактику, общую речевую культуру собеседников, а также степень официальности/неофициальности обстановки (разговорные слова, слова высокого стиля).

Исследования показали: авторы реплик рассчитывают не только на тех, кто вступил в переписку-диалог, но и на потенциального читателя, т. е. присутствующего, но не принимающего участия в диалоге. Проявляется желание автора публично распространять свои взгляды и идеи (возможно, занимаясь пропагандой). Диалог в социальных сетях рассматривается как первичная форма ком-

муникации, он представляет собой неподготовленный, спонтанный тип речи. Тематика и тональность диалога произвольно меняется в ходе его развёртывания, например: тема войны, назначения на должности, экономическое положение страны или региона, оценка действий политиков, личная оценка качеств говорящего, эмоциональная реакция. В качестве демонстрации – цитаты из материала, размещённого неким пользователем Д. К. (*здесь и далее имена пользователей сокращены – А. Г.*): он называет страну «паршивым государством», а жителей – «овощными россиянами», «торчащим вконтакте в айфончиках», «сосущим пиво... под гашиш, болеющим за футбольную команду миллионеров-ублюдков». Слова и выражения «россиянцы», «торчащие вконтакте в айфончиках», «сосущим пиво» усиливают негативное мнение автора о стране и жителях. Он эмоционально осуждает своё же сообщество, пользователей социальных сетей, надеясь спровоцировать на разговор, обсуждение. Автор употребляет данные слова в уменьшительно-ласкательной форме: вконтакте – «вконтактике»; айфон – «айфончики»; пиво – «пивко», подчёркивая своё пренебрежение. Вызывая на обсуждение, он подсознательно ищет «союзника» либо «противника». Человек с неустойчивой психикой или же находящийся в состоянии эмоционального напряжения может включиться в разговор, получив, таким образом, дозу негатива и фрустрационных переживаний. Такие тексты сегодня часто заменяют людям новости, информацию о действительных событиях, хобби, общение с близкими. С помощью указанных приёмов человек пытается анонимно заявить о себе, продемонстрировать свою силу или хотя бы отсутствие слабости, применить вербальную угрозу в связи с социальной депривацией. Мнение автора во многих случаях является оценочным, сформированным в координатах «хороший – плохой», информация – личностно-рефлексивная.

Деструктивная личность пытается навязать собственные иллюзии другим людям, по социальным сетям годами «гуляют» одни и те же изображения и фразы, приписываемые известным людям, они выстраиваются в речевое сообщение по типу анекдотов с тем различием, что вместо ироничного смеха за словом может стоять риск исполнения угрозы. Многие исследованные медиатексты невозможно привести в качестве примеров, так как в них присутствует нецензурная лексика. Скажем, в верхней части страницы размещено видео, на

нём молодая красивая женщина в камуфляжной одежде, принадлежность данной одежды к военной форме какой-либо страны выявить невозможно. Пользователь М. М. и другие разместили комментарии: «Как же..., бесит»; «Аж трясёт»; «Вся эта политота»; «Что это... за шестивие... в кордоне мусоров?». Функционально-коммуникативный анализ текста показал, что в данном случае диалог ведётся с целью выражения (демонстрации) своего мнения после просмотра видеосюжета: А. К. говорит о том, что ему не понравилась музыка («музон можно и другой»); Д. Ж. пишет: «А мне нравится», – не указывая, что именно ему понравилось в сюжете; М. М. выражает негативное мнение в резкой, агрессивной форме по поводу происходящего в кадре. В комментариях есть прямая вербальная враждебная агрессия, которая направлена на авторов сюжета, так как он недоволен видеокадрами (он говорит о том, что его «бесит», «аж трясёт», о тех, кто присутствует в кадре; он недоволен действиями тех лиц, о которых идёт речь в сюжете («мусора» – здесь по контексту работники полиции); агрессия направлена на иммигрантов и мигрантов России, он недоволен присутствием иммигрантов и мигрантов. В подобных текстах и последующих комментариях присутствует явная либо скрытая (анонимная) угроза.

Интенции авторов проявляются часто и за счёт размещения ими изображений-картинок. Эти изображения (фотографии, рисунки, коллажи, лубочные картинки и др.) «гуляют» по страницам различных пользователей, за счёт репостов то там, то здесь всплывают в Сети вновь, и каждый автор вкладывает в факт размещения свой смысл. Ему кажется, что он очень точно подметил ситуацию.

Обсуждение результатов. Проведённые исследования обозначили тот круг проблем, который касается характеристик сетевого читателя и сетевого писателя. Выявленные тенденции помогут ответить на вопросы – зачем человек вступает в такого рода контакт в социальных сетях и как это влияет на современные процессы массовой коммуникации.

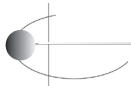
По мнению Э. Фромма, кибернетизация общества последних десятилетий привела к развитию такого явления, как отчуждение, «опредмечивние» человека. С полным правом это можно сказать о социальных сетях. Типология социальных характеров Э. Фромма может быть полезна при анализе поведенческих характеристик пользователей социальных сетей, которые в определённые моменты становятся не только читателями, но и писателями, то есть, создателями медиатекстов.

Общество без рационального мышления, не способное логически оценивать речевые ситуации, создаёт и особый деструктивный тип личности, который становится угрозой для самого существования человека. Изучая интенции авторов текстов и комментариев, можно отчасти полагаться на воззрения З. Фрейда о деструктивизации личности [8].

З. Фрейд в своих произведениях пользуется словом *Trieb* – «влечение», которое переводится на английский чаще всего как «инстинкт», однако в более широком понимании, чем животное рефлекторное стремление, как термин, поясняющий поведение человека в целом. Желание, намерение участвовать в диалогах разрушительного для автора и читателя характера часто возникает у пользователя неосознанно. Причиной тому могут быть психологические особенности читающего сетевые тексты.

Сегодня эти особенности таковы: 1. Читатель потребляет информацию в пределах дистанции. С одной стороны, он стал ближе к писателю, общается с ним, с другой – может не называть себя подлинным именем, этого не требуют «правила игры». Читателю кажется, что он находится в пределах возможной досягаемости в коммуникации «источник данных – приемник информации». 2. Порой целью виртуального общения с писателем в Сети является стремление человека к ощущению себя в качестве другого человека. Подобную практику применяют отдельные пользователи блогов, выступающие от имени виртуалов. Происходит это в тех случаях, когда человек по ряду причин не может (не хочет) выходить в Сеть от своего лица. Если сетевой читатель проявляет себя под псевдонимом, то он иногда может выступать в роли провокатора. Его акции нацелены на создание общественного резонанса [3, с. 170].

Э. Фромм указывает, что характер (синдром характера) «коренится в определенных формах ориентации индивида, демонстрирующих его отношение к внешнему миру и к себе самому, и является главным источником, питающим личность» [7, с. 117]. В Интернете человек может себе позволить быть анонимным, и его ориентация, черты характера и намерения не будут прочитаны как свойства определённого конкретного человека. Кроме того, многие полагают, что социальные сети – это тот канал, который является закрытым по типу общения (вход, пароль, круг лиц и т. д.). Поэтому в социальных сетях пользователи действуют по принципам «безнаказанности» и «делаю что хочу». При этом многие исследователи указывают на то, что эмоциональ-



ные состояния следует отличать от деструктивности (Э. Фромм, Х. Брандт, Ч. Циглер). Проявление эмоций в социальных сетях посредством размещения текстов и комментариев к ним часто обусловлено состоянием человека, а не стремлением к разрушительности. Иными словами, пользователи размещают тексты ситуативно, «по глупости».

По времени размещения агрессивно-деструктивные тексты связаны с появлением определённых ситуаций в мире и стране, обсуждением проектов, опубликованием законодательных документов и т. д. Часто обсуждение проходит на страницах частных пользователей, когда нет другой площадки для высказывания мыслей (страницы СМИ в социальных сетях, например, форумы, чаты, блоги). Так происходило в связи с принятием положений о запрете экспертизы книг канонического характера религиозного содержания, закона о защите прав верующих, государственной концепции о патриотизме.

Профессиональные журналисты могли бы внести немалую лепту в профилактику экстремистских проявлений, если бы чаще занимались разъяснением, просвещением по поводу вербального и невербального экстремизма, а также не служили примером агрессивного поведения, вызывающего новую волну агрессии. Мониторинг Сети показывает, что очередная «порция» речевых угроз в Интернете часто проходит после принятия нормообразующих документов: о религии, об обществе, о канонах определённых социальных групп и т. п. В то время как средства массовой информации «не спешат» с комментариями просветительного характера, тут же некоторые СМИ дают предвзятые оценки и тем самым косвенно побуждают к реализации агрессивного речевого поведения.

Заключение. Таким образом, исследования показали, что диалоги в социальных сетях могут быть оценочными, но не всегда далеко безобидными, это зависит от особенностей личности автора. Тенденции размещения информации сводятся к следующему:

– в большинстве случаев медиаагрессия выражается с помощью такого стилистического приёма, как сарказм и ирония, для пользователя это и приём самопрезентации;

– важным средством самовыражения служат иллюстрации, фотографии реальных людей или рисунки, все они дополняются подходящими по смыслу надписями и зачастую несут в себе признаки медиа-агрессии;

– материалы часто содержат в себе вербальную, косвенную, инструментальную, внешнюю медиаагрессию. Читатели таких диалогов часто демонстрируют свою лояльность к подобной форме общения, могут также агрессивно реагировать (заражаться эмоциями).

Сетевая среда в какой-то степени выполняет функцию фрейдовского Супер-Я: вся социальная материя пространства многократно оборачивается вокруг когнитивных способностей человека, и сетевые средства массовой коммуникации выполняют самую главную роль. Что бы человек не находил в интернет-новостях – всё должно быть им постигнуто через взаимосвязь поколений, стилей, мыслей. Если этого не происходит, текст перестаёт быть конструктивным. Таким образом, не воображаемое (реальное) является продолжением символического, а символическое является продолжением воображаемого. Психологическое различие проявляется в скорости подачи информации, степени доступности её потребления, смене экрана и тематики, иногда зависит от времени суток, состояния и настроения читателя и других факторов.

Список литературы

1. Васильева И. И. Коммуникативные свойства высказываний в диалоге // Психол. журн. 1984. Т. 5, № 5.
2. Вульфович Р. М., Гимельштейн Я. Г. Управляемый город: прошлое, настоящее, будущее. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2009. 400 с.
3. Гришанина А. Н., Курушкин С. В. Сетевой читатель // Сетевые СМИ российского мегаполиса / под ред. И. Н. Блохина, С. Г. Корконосенко. СПб.: Филол. фак. СПбГУ, 2011. С. 168–182.
4. Зудочкина А. А. Блоги как важнейшая медиаформа в составе пользовательских медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 3. С. 117–127.
5. Йонас Г. Принцип ответственности. Опыт этики для технологической цивилизации / пер с нем., предисл., примечания И. И. Маханькова. М.: Айрис-Пресс, 2004. 480 с.
6. Как провести лингвистическую экспертизу спорного текста / под ред. М. В. Горбаневского. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юридический мир, 2006. 112 с. [Сер. Библиотечка юриста СМИ].
7. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М.: АСТ, 2016.
8. Freud S. Aus den Anfängen der Psychoanalyse, London, 1950. S. 373–466.
9. Jonas H. The imperative of Responsibility. Ethics experience for a technological civilization. Moscow: Iris Press, 2004.
10. Kovach B., Rosensteel. The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York, 2001.
11. Melnik G. S., Misonzhnikov B. Y., Grishanina A. N., Teplyashina A. N. Sense Distortions in the Mass Media: their Social Consequences // American Journal of Applied Sciences. 2016. Vol. 13, no. 6. PP. 762–772.



12. Ward S. J. A. *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. Montreal & Kingston: McGill-Queen's University Press, 2006. 360 p.

Статья поступила в редакцию 11.01.2017; принята к публикации 25.02.2017

Библиографическое описание статьи

Гришанина А. Н. Личность в координатах социальных сетей: конструктивизм и деструктивизм речевого поведения // Гуманитарный вектор. 2017. Т. 12, № 2. С. 109–115. DOI 10/21209/1996-7853-2017-12-2109-115.

Anastasiya N. Grishanina,
Candidate of Philology, Associate Professor,
Saint Petersburg State University
 (26 1-ya Liniya, St. Petersburg, 199004, Russia),
 e-mail: a.grishanina@spbu.ru

The Personality in Social Networking: Constructivism and Destructiveness of Verbal Behavior

The article discusses the study of the personal characteristics of consumers of media texts, in particular, social network users; identify features of the functioning of the dialogues on the web, the presence of extremism in them. The author makes an attempt to classify the causes of media aggression, aggressive verbal behavior, intentions of placing graphic and drawing information on pages of social networks as the major modern communication channels. We have studied the identity. The research studies the intentions of the authors, the trends and typology of the placement of the materials are given. Methods and techniques of the research are monitoring of the network environment, the elements of the content analysis of texts and images as media materials, intent-analysis, and others. The analysis of theoretical problems in the study of personality, social-psychological approach to the subject of communication – the person – allows us to identify the intentions and motives of communication, the participation, the reasons for the creation of materials with extremist manifestations. The author relies on the principles of Erich Fromm's humanistic psychoanalysis, the social typology of personality characteristics and the hypothesis that modern society makes destructive personality type. The practical significance of the development of the theme is that efforts are being made to study the reasons for reposts of this kind of information that provides the basis to model the socio-cultural scheme of communication in a network environment. It allows us to approach the development of modern ways of protection from voice media aggression and extremism and overcoming verbal threats.

Keywords: mass communication, media text, personality, destructive personality, social network, extremism, speech threat

References

1. Vasil'eva I. I. Kommunikativnye svoystva vyskazyvaniy v dialoge // *Psikhol. zhurn.* 1984. Т. 5, № 5.
2. Vul'fovich R. M., Gimel'shtein Ya. G. *Upravlyaemyi gorod: proshloe, nastoyashchee, budushchee*. SPb.: Izd-vo SZAGS, 2009. 400 s.
3. Grishanina A. N., Kurushkin S. V. *Setevoi chitatel' // Setevye SMI rossiiskogo megapolisa / pod red. I. N. Blokhina, S. G. Korkonosenko*. SPb.: Filol fak. SPbGU, 2011. S. 168–182.
4. Zudochkina A. A. *Blogi kak vazhneishaya mediaforma v sostave pol'zovatel'skikh media // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalistika.* 2010. № 3. S. 117–127.
5. Ionas G. *Printsip otvetstvennosti. Opyt etiki dlya tekhnologicheskoi tsivilizatsii / per s nem., predisl., primechaniya I. I. Makhn'kova*. M.: Airis-Press, 2004. 480 s.
6. *Kak provesti lingvisticheskuyu ekspertizu spornogo teksta / pod red. M. V. Gorbanevskogo*. 2-e izd., ispr. i dop. M.: Yuridicheskii mir, 2006. 112 s. [Ser. Bibliotekha yurista SMI].
7. Fromm E. *Anatomiya chelovecheskoi destruktivnosti*. M.: AST, 2016.
8. Freud S. *Aus den Anfängen der Psychoanalyse*, London, 1950. S. 373–466.
9. Jonas H. *The imperative of Responsibility. Ethics experience for a technological civilization*. Moscow: Iris Press, 2004.
10. Kovach B., Rosensteel. *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York, 2001.
11. Melnik G. S., Misonzhnikov B. Y., Grishanina A. N., Teplyashina A. N. *Sense Distortions in the Mass Media: their Social Consequences // American Journal of Applied Sciences.* 2016. Vol. 13, no. 6. PP. 762–772.
12. Ward S. J. A. *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. Montreal & Kingston: McGill-Queen's University Press, 2006. 360 p.

Received: January 11, 2016; accepted for publication February 25, 2017

Reference to the article

Grishanina A. N. The Personality in Social Networking: Constructivism and Destructiveness of Verbal Behavior // Humanitarian Vector. 2017. Vol. 12, No. 2. PP. 109–115. DOI 10/21209/1996-7853-2017-12-2-109-115.