УДК 32.019.51 DOI: 10.22394/2071-2367-2018-13-1-94-100

КОММУНИКАТИВНАЯ АГРЕССИЯ В РОССИИ: АНАЛИЗ МНЕНИЯ БУДУЩИХ ПОЛИТОЛОГОВ И ЖУРНАЛИСТОВ

Быков И. А., Гладченко И. А.[1]

В статье исследуется восприятие коммуникативной агрессии в средствах массовой информации и Интернете студентами Санкт–Петербургского государственного университета, обучающихся на образовательных направлениях «Политология» и «Журналистика». Было выяснено, что наиболее высокий уровень агрессии студенты видят в Интернете и на телевидении, в то время как в газетах и журналах его не отмечают совсем, хотя наиболее популярные у молодёжи источники политической информации – это Интернет и печатные СМИ. Большинство респондентов полагает, что коммуникативная агрессия в СМИ влияет на мнение общественности с низким уровнем образования. Проведённый опрос также показал, что в потреблении политической информации важную роль играет фактор межличностной коммуникации. В статье излагается методика исследования, приводятся и анализируются полученные результаты, определяются направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: политическая коммуникация, коммуникативная агрессия, политическая информация, СМИ.

COMMUNICATIVE AGGRESSION IN RUSSIA: ANALYSIS OF OPINION OF FUTURE POLITICIANS AND JOURNALISTS

BYKOV I.A. – Doctor of Political Sciences, Associate Professor at the Department of Public Relations in Politics and Public Administration, Higher School of Journalism and Mass Communication, St. Petersburg State University (Russian Federation, St. Petersburg), e-mail: i.bykov@spbu.ru

GLADCHENKO I.A. – Postgraduate student of the Department of Public Relations in Politics and Public Administration, Higher School of Journalism and Mass Communication, St. Petersburg State University (Russian Federation, St. Petersburg), e-mail: irinaglad94@mail.ru

The article analyses the perception of communicative aggression in the media and the Internet by the students of St. Petersburg State University, who are currently studying in specialties Political Science and Journalism. It was found that students see the highest level of aggression on the Internet and on television, while in newspapers and magazines it is not noted at all, although the most popular sources of political information among young people are the Internet and print media. Most respondents believe that communicative aggression in the media affects the opinion of the public with a low level of education. The survey also show that the factor of interpersonal communication plays an important role in the consumption of political information. The article describes the research methodology, presents and analyzes the results obtained, determines the directions for further research.

Keywords: political communication, communicative aggression, political information, media.

Быков Илья Анатольевич – доктор политических наук, доцент кафедры связей с общественностью в политике и государственном управлении, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Санкт–Петербургского государственного университета, адрес: 199004, Росиия, г. Санкт-Петербург, ул. 1-я линия В.О., д. 26, e–mail: i.bykov@spbu.ru

Гладченко Ирина Алексеевна – аспирант кафедры связей с общественностью в политике и государственном управлении, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Санкт–Петербургского государственного университета, адрес: 199004, Росиия, г. Санкт-Петербург, ул. 1-я линия В.О, e–mail: irinaglad94@mail.ru

Феномен коммуникативной агрессии в последнее время всё больше привлекает внимание исследователей сферы коммуникации и средств массовой информации. Коммуникативная агрессия в СМИ и ранее неоднократно становилась предметом изучения, например, учёных–лингвистов[1]. В своём исследовании Л. В. Балахонская обращает внимание на то, что существует несколько разных теоретических подходов, дающих трактовку данному явлению[2]. Она приходит к выводу, что наиболее продуктивно придерживаться теории вербальной агрессии Р. Бэрона и Д. Ричардсона[3]. Данный подход предлагает рассматривать вербальную агрессию как тип поведения, который проявляется в виде явно злонамеренного поведения. В этой работе мы будем опираться на определение, которое можно вывести на основе исследования В. А. Сидорова, что под коммуникативной агрессией в СМК понимаются острые социальные противоречия в медийной среде, являющиеся реакцией на непрерывное порождение и переработку ценностных раздражителей в массмедиа в актуальных сферах общественной деятельности (политики, культуры, религии, экономики)[4]. В нашем исследовании мы используем термин «коммуникативная агрессия» в связи с тем, что это более широкое понятие охватывает все формы агрессивного поведения в современных массовых коммуникациях.

Разумеется, коммуникативная агрессия в первую очередь ассоциируется с интернет–коммуникациями[5]. Интернет, являясь открытым информационным пространством, предоставляет возможность непосредственно участвовать в диалогах и беседах, вызывающих неоднозначные или противоположные реакции. К возможности ведения диалога и комментирования сейчас приходят практически все интернет–сайты. Возможность обратной связи, с одной стороны, позволяет в разы повысить посещаемость сайта, привлечь больше последователей, разрекламировать ресурс. С другой стороны, неограниченные возможности двусторонней коммуникации приводят к возрастанию уровня коммуникативной агрессии.

Особенно предрасположенными к коммуникативной агрессии следует считать студентов и молодежь, поскольку именно среди них в первую очередь проявляются новейшие тенденции медиакоммуникаций. Исходя из вышеперечисленных положений, нами было проведено эмпирическое исследование, посвященное анализу мнений будущих журналистов и политологов, ныне – студентов Санкт–Петербургского государственного университета, о том, присутствует ли, с их точки зрения, коммуникативная агрессия в СМИ и интернет–коммуникациях.

Методология исследования и выборка

Количество респондентов составило 400 человек. Соответственно, количество респондентов–политологов и респондентов–журналистов составило по 200 человек ровно, из которых большую долю составили бакалавры: среди журналистов – 88,50%, среди политологов

1 Балясникова О. В. Психосемантика конфликта в интернет–текстах // Материалы X Междунар. конгр. междунар. о–ва по прикладной психолингвистике. – М., 2013; Басовская Е. Н. Творцы черно–белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации // Критика и семиотика. – 2004. – Вып. 7. – С. 257–263; Стексова Т. И. Речевая агрессия в интернет комментариях, как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. – 2013. – № 3. Вып. 45. – С. 77–81; Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. – М.: КомКнига, 2006. – С.360.

2 Балахонская Л. В. Социально–философские основы исследования агрессии в обществе // Философия права. – 2013. – № 1 (56). – С. 125.

3 Бэрон Р., Ричардсон Д. Агрессия. СПб: Питер, 2001. – С. 352.

4 Сидоров В. А. Медиавирусы как средство коммуникативных агрессий // Гуманитарный вектор. – 2016. – Том 11. – № 5. – С. 122–129.

5 Cicchirillo V., Hmielowski J., Hutchens M. The Mainstreaming of Verbally Aggressive Online Political Behaviors // Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. – 2015. – Vol. 18. – № 5. — P. 253–259.

— 79%. Также большую часть опрашиваемых составили респонденты женского пола – 70,50%. На наш взгляд, такое гендерное распределение связано со спецификой гуманитарных специальностей, что говорит о репрезентативности выборки. Опрос проводился в течение осеннего семестра 2017 года.

Основные гипотезы исследования были сформулированы следующим образом:

1. студенты программ обучения «журналистика» и «политология» в равной степени используют одни и те же источники политической информации (в наибольшей степени – Интернет);
2. студенты обоих направлений полагают, что коммуникативная агрессия скорее присутствует в СМК, чем нет;
3. по мнению студентов обоих направлений, язык общения в СМК ведёт к формированию более радикальных мнений, поляризации общественного мнения, что, в свою очередь, повышает уровень агрессии.

Результаты исследования

Вопрос об источниках актуальной политической информации опрашиваемых студентов необходим для подтверждения первой гипотезы, для чего в него были включены следующие варианты ответа: печатная пресса (газеты и журналы), Интернет, радио и ТВ, межличностная коммуникация (см. рис. 1).

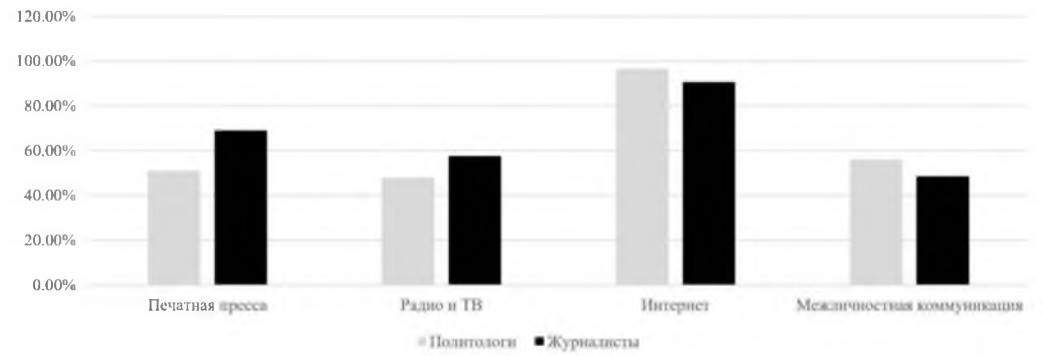


Рисунок 1 – Источники актуальной политической информации (N=400, респонденты могли выбирать несколько вариантов ответа)

Figure 1 – Sources of current political information (N = 400, respondents could choose several answers)

Одно из наших предыдущих исследований показало, что у студенческой молодежи Санкт–Петербурга «социальные сети заменили телепросмотр в качестве основного способа получения политической информации»[1]. В нашем исследовании телевидение также занимает первую позицию, что еще раз подтверждает его валидность. Согласно полученным данным, большая часть респондентов использует в первую очередь Интернет: 68,50% регулярно просматривают политические новости и комментарии на интернет–сайтах, в социальных сетях, 25% – политические новости и комментарии на интернет–сайтах, в социальных сетях читают

[1] Быков И. А. Политическая информация и социальные медиа: проблемы политической коммуникации в студенческой среде Санкт–Петербурга // Научно–технические ведомости Санкт–Петербургского политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2015. – № 3. — С. 28–36.

время от времени, и лишь 1% отметили, что никогда не интересуются Интернет–ресурсами как источником политической информации. Любопытным различием является то, что политологи интересуются политическими новостями в интернете немного больше, чем журналисты — 77% респондентов–политологов и 60% журналистов регулярно просматривают актуальную политическую информацию на сайтах и в социальных сетях.

Следующим идёт критерий межличностной коммуникации. Так, 48,50% журналистов в противовес 56% политологов отметили, что они узнают новости по каналам межличностного общения (от родных, близких, друзей, сокурсников, случайных знакомых). Интересно, что печатная пресса (газеты и журналы) по актуальности занимает второе место в качестве источника политической информации: 69% студентов–журналистов и 51% студентов–политологов отметили, что они регулярно или время от времени читают газеты и журналы. Телевидение и радио заняло последнее место в качестве канала получения политической информации: регулярно или время от времени смотрят политические программы телевидения и слушают радио только 57,50% опрошенных журналистов и 48% политологов.

Оценивая общую коммуникативную агрессивность, большинство респондентов отметили, что обычно «в российских СМИ присутствует язык ненависти и агрессивность занимаемой автором позиции». С этим утверждением согласились 55,25% студентов, не согласились — 15,75%, остальные затруднились с ответом. Различия между политологами и журналистами в этом вопросе оказались минимальными: 57,5% журналистов и 53% политологов заметили коммуникативную агрессию в российских СМИ. Очевидно, эта небольшая разница объясняется спецификой соответствующих образовательных программ.

В этой связи большой интерес представляет вопрос о том, где более всего заметна агрессивность высказывания (см. рис. 2).

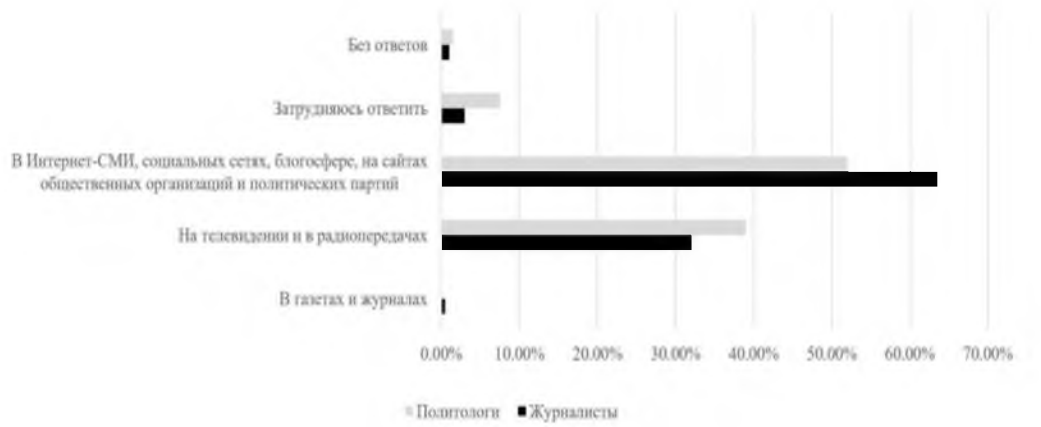


Рисунок 2 – Где коммуникативная агрессия более всего заметна? (N=400)
Figure 2 – Where is communicative aggression the most noticeable? (N = 400)

Обращает на себя внимание тот факт, что 63,50% студентов факультета журналистики отмечают, что вербальная агрессия присутствует в сетевых изданиях, социальных сетях, блогосфере, на сайтах общественных организаций и политических партий, и то же самое полагают 52% студентов факультета политологии. Соответственно 32% журналистов и 39% политологов отмечают высокий уровень агрессии на телевидении и в радиопередачах, в то время как в газетах и журналах заметность вербальной агрессии отметили лишь 0,50%

журналистов (1 человек) и никто из политологов. Мы видим, что в двух лидирующих категориях мнения журналистов и политологов значительно различаются: на 7% по телевидению и радио и на 11,5% по интернет–коммуникации. Получается интересная зависимость с источниками политической информации: политологи больше пользуются интернет–источниками и оценивают уровень агрессии в Интернете менее высоко, а журналисты чуть больше пользуются теле – и радиоисточниками и оценивают уровень агрессии в них менее высоко. Вместе с тем на похожий вопрос, посвященный проблеме перехода агрессивного языка интернет–коммуникаций в практику массового/межличностного общения вне сетевой среды, респонденты–политологи и респонденты–журналисты ответили приблизительно одинаково. С этим утверждением согласились 58,50% журналистов и 53% политологов.

С вопросом о влиянии вербальной агрессии в Интернете на реальное общение был также связан вопрос о том, ведут ли обсуждения в СМИ и сетевом пространстве к формированию более радикальных мнений, чем к тому побуждает политическая действительность (см. рис. 3). Оказалось, что всего лишь 6,50% журналистов и 5% политологов отмечают, что аудитория СМИ в основном не подвержена поляризации суждений, взвешенно подходит к оценке политических ситуаций. На утверждение о том, что медийные дискуссии ведут к значительной радикализации политических настроений согласились лишь 17% журналистов и 16,50% политологов. Большая же часть – 65,50% журналистов и 66,50% политологов – считают, что мнения становятся более радикальными, прежде всего в аудитории с низким уровнем образования.

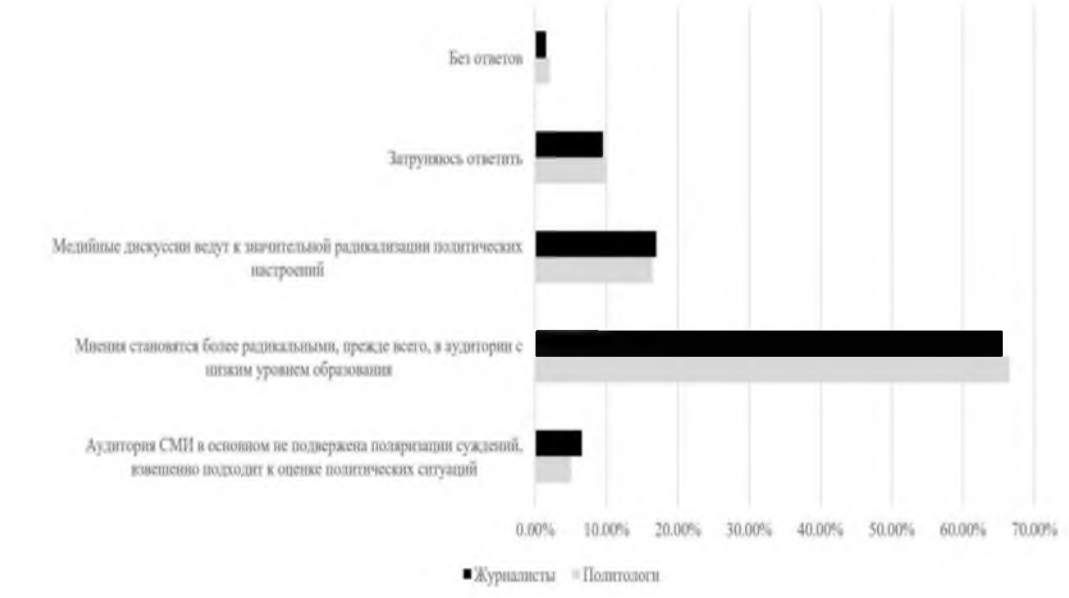


Рисунок 3 – Ведут ли обсуждения в СМИ и сетевом пространстве к формированию более радикальных мнений, чем к тому побуждает политическая действительность (N=400)

Figure 3 – Do the discussions in the media and the network space lead to the formation of more radical opinions, what is the cause of the political reality (N = 400)

В результате проведённого исследования были получены интересные для анализа данные. Во–первых, как и предполагалось, в качестве наиболее часто используемого источника политической информации для современных студентов выступают интернет–СМИ и социальные сети. К нашему удивлению, респонденты ставят печатные СМИ на второе место, только потом – межличностное общение, а радио и телевидение, ожидаемо, оказались на последнем месте. Результаты нашего исследования показывают, что в дальнейшем нельзя не принимать во внимание фактор межличностного общения. Вероятно, впоследствии имеет смысл рассматривать влияние этого критерия наравне с телевидением и Интернетом, а также нельзя исключать прессу.

Во–вторых, вполне ожидаемым результатом стало то, что студенты заметили высокий уровень коммуникативной агрессии в нашей стране. При этом и студенты–журналисты, и студенты–политологи отмечают, что уровень коммуникативной агрессии в первую очередь выше в Интернете и только потом – на телевидении. В связи с этим можно сделать предположение, что повышение коммуникативной агрессии на телевидении может быть связано в том числе со стремлением телеканалов вернуть аудиторию, стремительно переходящую на интернет–коммуникацию, путём подражания интернет–каналам и создания ажиотажа за счёт усиления агрессивного посыла в телеэфире.

В–третьих, достаточно большая доля респондентов считает, что влияние коммуникативной агрессии в СМИ и сетевом общении влияет на радикализацию мнений прежде всего в аудитории с низким уровнем образования. Данное мнение может быть, с одной стороны, коллективным заблуждением, а с другой стороны, может соответствовать действительности и в таком случае иметь далеко идущие электоральные последствия. Впрочем, уровень восприимчивости к коммуникативной агрессии и поляризации общественного мнения в зависимости от уровня образования нуждается в специальном исследовании.

Библиография/References:

1. Балахонская Л. В. Социально–философские основы исследования агрессии в обществе // Философия права. – 2013. – № 1 (56). – С. 121–125.
2. Балясникова О. В. Психосемантика конфликта в интернет–текстах // Проблемы информационного общества и прикладная психолингвистика. Материалы X Международного конгресса международного общества по прикладной психолингвистике. – М., 2013.
3. Басовская Е. Н. Творцы черно–белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации // Критика и семиотика. – 2004. – Вып. 7. – С. 257–263.
4. Быков И. А. Политическая информация и социальные медиа: проблемы политической коммуникации в студенческой среде Санкт–Петербурга // Научно–технические ведомости Санкт–Петербургского политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2015. – № 3. – С. 28–36.
5. Бэрон Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб: Питер, 2001. – С. 352.
6. Сидоров В. А. Медиавирусы как средство коммуникативных агрессий // Гуманитарный вектор. – 2016. – Том 11. – № 5. – С. 122–129.
7. Стексова Т. И. Речевая агрессия в интернет – комментариях как проявление социальной напряженности // Политическая лингвистика. – 2013. – № 3. – Вып. 45. – С. 77–81.
8. Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. – М.: КомКнига, 2006. – С. 3–60.
9. Cicchirillo V., Hmielowsky J., Hutchens M. The Mainstreaming of Verbally Aggressive Online Political Behaviors // Cyberpsychology. behavior, and social networking. – 2015. – V. 18. – № 5. – P. 253–259.
1. Balakhonskaia, L.V. (2013) Sotsial'no–filosofskie osnovy issledovaniia agressii v obshchestve

[Socio-philosophical basis for the study of aggression in society] // Filosofiia prava [Philosophy of Law]. – № 1 (56). – P. 121–125. (In Russ.)

2. Baliasnikova, O.V. (2013) Psikhosemantika konflikta v internet–tekstakh [Psychosemantics of Conflict in Internet Texts] // Problemy informatsionnogo obshchestva i prikladnaia psikholingvistika [Problems of the Information Society and Applied Psycholinguistics]. Materialy X Mezhdunarodnogo kongressa mezhdunarodnogo obshchestva po prikladnoi psikholingvistike. – M. (In Russ.)

3. Basovskaia, E.N. (2004) Tvortsy cherno–beloi real'nosti: o verbal'noi agressii v sredstvakh massovoi informatsii [Creators of black and white reality: on verbal aggression in the media] // Kritika i semiotika [Critique and semiotics]. – Vyp. 7. – P. 257–263. (In Russ.)

4. Bykov, I.A. (2015) Politicheskaia informatsiia i sotsial'nye media: problemy politicheskoi kommunikatsii v studencheskoi srede Sankt–Peterburga [Political information and social media: the problems of political communication in the student environment of St. Petersburg] // Nauchno–tekhnicheskie vedomosti Sankt–Peterburgskogo politekhnicheskogo universiteta. Gumanitarnye i obshchestvennye nauki [St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences]. – № 3. – P. 28–36. (In Russ.)

5. Beron, R., Richardson, D. (2001) Agressiia [Aggression]. – SPb: Piter. – P. 352. (In Russ.)

6. Sidorov, V.A. (2016) Mediavirusy kak sredstvo kommunikativnykh agressii [Media viruses as a means of communicative aggression] // Gumanitarnyi vector [Humanitarian Vector]. – Tom 11. – №5. – P. 122–129. (In Russ.)

7. Steksova, T.I. (2013) Rechevaia agressiia v internet – kommentariiakh kak proiavlenie sotsial'noi napriazhennosti [Speech aggression in Internet commentaries as a manifestation of social tension] // Politicheskaia lingvistika [Political Linguistics]. – № 3. – Vyp. 45. – P. 77–81. (In Russ.)

8. Shcherbinina, Iu. V. (2006) Verbal'naia agressiia [Verbal aggression]. – M.: KomKniga. – P. 3–60. (In Russ.)