

УДК: 159.99

ЛИНГВОСЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

© 2017 г. В. Б. Никишина*, Е. А. Петраш**, И. В. Запесоцкая***

Курский государственный медицинский университет, 305041, г. Курск, ул. К. Маркса, 3, Россия.

** Доктор психологических наук, профессор, зав. кафедрой психологии здоровья и коррекционной психологии. E-mail: vbnikishina@mail.ru*

*** Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии здоровья и коррекционной психологии. E-mail: petrash@mail.ru*

**** Доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры психологии здоровья и коррекционной психологии. E-mail: zapesotskaya@mail.ru*

Поступила 21.03.2015

Аннотация. Исследовались лингвосемантические особенности коммуникативного поведения молодежи в социальных сетях: диапазон и качество речевых единиц, коммуникативные паттерны и темы сообщений. Основную выборку составили 86 молодых людей (45 юношей и 41 девушка) в возрасте 18–21 лет и 1319 человек, вступивших с ними в коммуникацию. С помощью критического дискурс-анализа и метода функциональной прагматики проанализировано 15 323 сообщения, в том числе 114 диалогов. Установлено, что коммуникативное поведение молодежи в социальных сетях характеризуется низкой семантической организацией, амбивалентной модальностью с преобладанием неконструктивных коммуникативных паттернов и эгоцентрической направленностью содержания тем сообщений. Коммуникативное поведение в социальных сетях осуществляется с акцентом на форму, а не на содержание: превалирует игнорирование пунктуации и орфографии в отношении построения коммуникативных сообщений и способа передачи их смысла. В содержании сообщений большей частью представлена личная информация, информация о третьих лицах, а также отвлеченная информация, при низком уровне частоты обсуждения социально значимых тем.

Ключевые слова: коммуникативное поведение, лингвосемантические особенности, речевые единицы, коммуникативные паттерны, тип коммуникативной системы, модальность коммуникации, тема сообщения.

DOI: 10.7868/S0205959217050063

Проблема изучения различных аспектов коммуникативного поведения традиционно в отечественной и зарубежной психологии сложилась в широкое исследовательское пространство с дифференциацией на возрастные, этнические, социокультурные и другие аспекты [1; 6; 14–16; 19–26]. Техногенные реалии изменили структуру, виды, способы реализации коммуникативного поведения, что предполагает интенсификацию научно-практического интереса к такому его виду, как коммуникативное поведение в интернет-пространстве [2; 4; 11].

Значительную часть современного интернет-пространства занимают социальные сети.

Социальная сеть — это интернет-площадка, позволяющая зарегистрированным пользователям размещать информацию о себе и осуществлять обмен информацией, устанавливая социальные связи, создание контента которой выполняется непосредственно самим пользователем. Понятие “социальная сеть” введено в научное пространство социологом Дж. Барнсом в 1954 г., под которым он понимал систему точек (людей), некоторые из которых соединены между собой (коммуникативные взаимосвязи) [9]. Являясь частью виртуальной реальности, социальная сеть представляет собой социальную структуру, состоящую из узлов, связанных между собой одним

Таблица 1. Количество пользователей социальных сетей в 2014 году по данным *Adobe Social*

Социальная сеть	Количество пользователей
Facebook (https://ru-ru.facebook.com)	1.4 млрд
Twitter (https://twitter.com)	500 млн
ВКонтакте (https://vk.com)	230 млн
Instagram (https://instagram.com)	150 млн
ask.fm (http://ask.fm)	113 млн
Спрашивай.ру (http://sprashivai.ru)	44 млн

Таблица 2. Сравнительный анализ характеристик коммуникативного поведения в социальных сетях и реальном взаимодействии

Параметры сравнения	Коммуникативное поведение в социальных сетях	Коммуникативное поведение в реальном взаимодействии
Основа коммуникации	письменная речь	устная речь
Анонимность	возможна	почти исключена
Формирование образа собеседника	искаженный образ собеседника	реальный образ собеседника
Смысловая нагрузка коммуникативных сообщений	однозначность	возможна неоднозначность
Длительность разговора	короткий	более длинный
Экспрессивный контур эмоциональных реакций	ограничен	не ограничен
Преобладающий компонент	вербальный компонент	невербальный компонент

или несколькими способами посредством социальных взаимоотношений (в качестве узлов могут выступать отдельные люди, группы людей, сообщества). С современной точки зрения, общение в социальных сетях можно рассматривать как компьютерно-опосредованную коммуникацию.

По данным Фонда общественного мнения Интернет, доля активной аудитории (выходящие в социальную сеть хотя бы раз за сутки) на 2015 год (за десятилетний период) составляет 53% (65.5 млн человек) [13]. Согласно данным исследования *Adobe Social* [18] количество пользователей социальных сетей в 2014 году выросло почти в пять раз и составляет 1.77 млрд человек (табл. 1).

Коммуникативное поведение в социальных сетях реализуется в трех основных формах: текстовые сообщения (блоги, чаты, переписка в социальных сетях и посредством электронной почты); видеосообщения (приватный видеозвонок или открытое видеообщение на специализируемых сайтах); фото (публикация в сети Интернет личных фотоматериалов). Оно также имеет ряд отличий от коммуникативного поведения в реальном взаимодействии (табл. 2).

Коммуникативное поведение содержательно и структурно реализуется в речевых сообщениях.

Понимание сообщения обеспечивается адекватной интерпретацией и определяется его иллюкативной силой (т.е. коммуникационной целью). От этого зависит успешность коммуникации в целом. Когда иллюкативные силы высказывания представлены имплицитно (т.е. не выражаются языковыми средствами) адекватная интерпретация зависит от способности реципиента принимать весь комплекс семантико-прагматических факторов.

Коммуникативное поведение включает в себя комплекс семантико-прагматических факторов коммуникации: тема коммуникации, микро-/макроконтекст, ситуация общения, тотальность коммуникации, регистр коммуникации, коммуникационные роли, темпоральный, локальный, культурный аспекты. Изучение всей совокупности существующих параметров коммуникативного поведения в социальных сетях является многоуровневой стратегической темой макросоциальной значимости [7; 8; 17].

Цель проведенного исследования: изучение лингвосемантических особенностей коммуникативного поведения молодежи в социальных сетях через оценку диапазона и качества речевых единиц, коммуникативных паттернов и тем сообщений.

Таблица 3. Соотношение лингвосемантических параметров коммуникативного поведения

Речевая единица	Элемент системы языка, неразложимый в рамках определенного уровня членения текста и противопоставленный другим единицам в подсистеме языка, соответствующей этому уровню [3]
Виды речевых единиц	Бессмысленные фразы. Ошибочное написание. Нецензурная лексика. Междометия. Сленг-сокращение. Сленг сформированный.
Паттерн	Совокупность норм и традиций общения определенной группы людей (конструктивные и неконструктивные) [25].
Виды паттернов	Агрессия. Демонстративность. Близость. Отрицание. Принятие. Сексуальный интерес. Сексуальная агрессия. Шутки.
Темы сообщений	Основной предмет коммуникации, смысловое содержание чего-либо [25].
Виды тем сообщений	Личная информация. Отвлеченные темы. Политика. Флирт. Демонстративность. Групповая информация. Информация о третьих лицах. Эмоции.

Для достижения цели, были сформулированы следующие задачи исследования:

1. Определить диапазон, качество речевых единиц и коммуникативных паттернов молодежи в социальных сетях.
2. Проанализировать замкнутость—открытость коммуникативной системы молодежи в социальных сетях.
3. Выявить коммуникативные стратегии и коммуникативную направленность молодежи в социальных сетях.
4. Определить преобладающие модальность и темы коммуникации молодежи в социальных сетях.

Лингвосемантические особенности коммуникативного поведения анализировались через речевые единицы; коммуникативные паттерны; темы коммуникативных сообщений (табл. 3).

Речевая единица формирует коммуникативный паттерн, который реализуется в теме коммуникативного сообщения.

Оценка и выводы по лингвосемантическим особенностям коммуникативного поведения

осуществлялись по выделенным речевым единицам (расчет осуществлялся по общему количеству речевых единиц). Выделенные речевые единицы, с одной стороны, являются специфичными для коммуникации в виртуальном пространстве, с другой —это единицы анализа методики.

МЕТОДИКА

Исследование проводилось на базе социальных сетей *Facebook* [<https://ru-ru.facebook.com>], *Twitter* [<https://twitter.com>], *ask.fm* [<http://ask.fm>], *Спрашивай.ру* [<http://sprashivai.ru>] в 2013–2014 гг. Основную выборку составили 86 молодых людей в возрасте 18–21 год ($M = 19 \pm 2.3$), из них 45 юношей и 41 девушка, все русскоговорящие. Большинство испытуемых являются учениками 10–11 классов общеобразовательных школ, что соответствует возрастным границам 18–19 лет. Исследовательская выборка элиминировалась по социально-статусным основаниям (являющихся на момент исследования учащимися средних образовательных школ (СОШ)), языковым факторам (осуществление коммуникации на русском

языке) и факторам активности в социальных сетях (использование не менее 3 социальных сетей, не реже одного раза в сутки).

Включение в состав исследовательской группы испытуемых производилось с учетом возможностей социальных сетей: возраст, язык, место обучения отслеживались через личную информацию профиля, заполняемую пользователем при регистрации. Активность использования фиксировалась через перекрестные ссылки (в аккаунте одной социальной сети пользователь размещает ссылку на свой аккаунт в другой социальной сети). Частота посещения социальных сетей регистрировалась тремя способами: через время последнего посещения, отображаемого в социальной сети; через дату и время последнего обновления информации аккаунта; через показатель времени, проведенного в сети онлайн. Учитывался также количественный показатель числа контактов “друзей” пользователей.

Общее число вступивших в коммуникацию с основной группой участников исследования, составило 1319 человек. В качестве единиц анализа выступили диалоги участников исследования между собой (общее количество сообщений — 15 323; диалогов — 114). Исследование проводилось по условиям информированного согласия: пользователь передает права на публичное использование его личных данных и публикуемой информации, размещенной в открытом доступе, согласно настройкам приватности. Свое согласие пользователь дает, оставляя “галочку” в соответствующем поле ознакомления с правилами пользования сети, в момент регистрации в ресурсе. Все зарегистрированные пользователи социальной сети, по умолчанию, ознакомлены с правилами пользования сетью и согласны на некоммерческое использование опубликованной ими информации.

Методы исследования включали критический дискурс-анализ [12] и метод функциональной прагматики как вид контент-анализа [25] (табл. 4).

Реализация метода функциональной прагматики осуществлялась через анализ речевых единиц коммуникативного пространства по шести классам: бессмысленные фразы (например, “страктата-та”), ошибочное написание (например, “нраувится”, “канешно”, “дак”), нецензурная лексика, междометия (“пфф”, “хм”), сленг-сокращение (“личка”, “комп”, “чел”), сленг сформированный (например, “няшка”). Ресурс использования метода функциональной прагматики позволил также оценить коммуникативные паттерны, отражающие совокупность норм и традиций общения определенной группы людей [10], и дифференцировать их на

конструктивные (близость, принятие, сексуальный интерес) и неконструктивные (демонстративность, агрессия, отрицание, сексуальная агрессия).

Конструктивные коммуникативные паттерны: “Сексуальный интерес” характеризуется детализацией и акцентированием контекстов сексуального внимания (“Тебе нравятся девушки с голубыми глазами и накачанной *****? — Это круто!”; “Не хочу ничего ни с кем, кроме одного человека”). “Принятие” содержит доброжелательное, одобряющее, позитивное отношение к другому; желание осуществлять обмен информацией (“Ты, конечно, не красавец и не самый сильный, но я искренне верю, мы можем быть вместе, ведь ты наверняка очень заботливый...”). “Близость” — паттерн, реализующийся как дружелюбность (“Хочу тебя порадовать искренним ответом”). “Шутки” составляют особую часть коммуникативного поведения молодежи (“Не оскорбляй зло, сравнивая его с алкоголем”; “Мы — дети из ада, нам солнца не надо, слезами напьемся, смеемся”) и могут быть отнесены и к конструктивным, и деструктивным паттернам в зависимости от семантического значения.

Деструктивные коммуникативные паттерны: “Агрессия” включает вербальные оценки, угрозы или суждения в отношении другого человека (“Закопаю тебя навсегда”; “Хочу расстрелять всех наших учителей”; “Николайка, тебе сказали сюда больше не пиши, или ты хочешь, чтобы тебе по-другому объяснили?”). “Демонстративность” — вызов или демонстрацию с целью привлечения внимания (“Я была незабываемой, великолепной, самой ***”). “Отрицание” — непринятие, дистанцированность, невключенность, нежелание общаться (“Надоел, закрыли тему”; “Какого ты со шпалой мутишь? — Бла-бла-бла”). “Сексуальная агрессия” определяется через деструктивные вербальные оценки, угрозы или суждения сексуального характера (“Твой рот ниграм на продажу выставлю”; “Любишь ли ты детей? — Я их спускаю”).

Результаты фиксировались через скриншот индивидуальных страниц участников исследования. Первоначально расчеты осуществлялись по каждому диалогу, а затем рассчитывалось общее количество речевых единиц. Аналогичная технология измерения и оценки была использована при реализации метода критического дискурс-анализа.

Критический дискурс-анализ был направлен на выявление доминирующей модальности коммуникативного поведения молодежи в социальных сетях (семантическая категория, выражающая отношение говорящего к содержанию его высказывания, целевую установку речи, отношение содержания

Таблица 4. Основные показатели (шкалы, коды, результаты) методических приемов исследования

Шкалы	Используемые коды	Результат
Функциональная прагматика		
Класс (группа объединенных по значению элементов). Элементы (изучаемое слово/словосочетание). Контекст (значение данного элемента в конкретной интеракции). Паттерн (совокупность норм и традиций общения определенной группы людей; общее значение для употребления данного элемента). Отличия от других паттернов (отличия в значении для употребления данного элемента). Замкнутость системы (степень открытости и близости отношений между интерактами).	Классы: бессмысленные фразы (Бф); ошибочное написание (Ош); нецензурная лексика (М); междометия (Мж); сленг-сокращение (Сср); сленг сформированный (Ссф) Паттерны: агрессия (А) демонстративность (Д) близость (Б) отрицание (О) принятие (П) флирт (Ф) сексуальная агрессия (Са) шутки (Ш) Коммуникативные стратегии: отступление; конфликт; симпатия; достижение. Коммуникативная направленность: Я; другие; группа; ситуация; общество; фантазия.	Общее количество речевых единиц коммуникативного пространства в речевых единицах. Общее количество коммуникативных единиц. Размер речевого сообщения. Количество речевых единиц по классам.
Критический дискурс-анализ		
Сообщение (послание от адресанта адресанту). Модальность (субъективная оценка). Основная тема сообщения.	Модальность (положительная/отрицательная). Информация о третьих лицах (ИТЛ). Групповая информация (внутри ограниченной группы лиц, ГИ). Демонстративные сообщения (Дс). Флирт (Ф). Политика (Пл). Отвлеченные темы (ОТ). Личная информация (ЛИ).	Показатель преобладающей модальности коммуникации молодежи в социальных сетях. Показатель преобладающей темы коммуникации в социальных сетях.

высказывания к действительности [5]), а также преобладающей темы сообщения, в которой реализуется коммуникативный паттерн.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Коммуникативное поведение в социальных сетях. Согласно логике сформулированных задач, первоначально изучался диапазон и качество речевых единиц коммуникативного поведения

молодежи в социальных сетях с использованием метода функциональной прагматики (модификация метода контент-анализа). На основании полученных данных выделено два уровня анализа единиц коммуникативного поведения молодежи в социальных сетях: первый уровень — общий объем коммуникативных единиц исследования; второй уровень — показатель среднего объема речевых сообщений. Общий объем

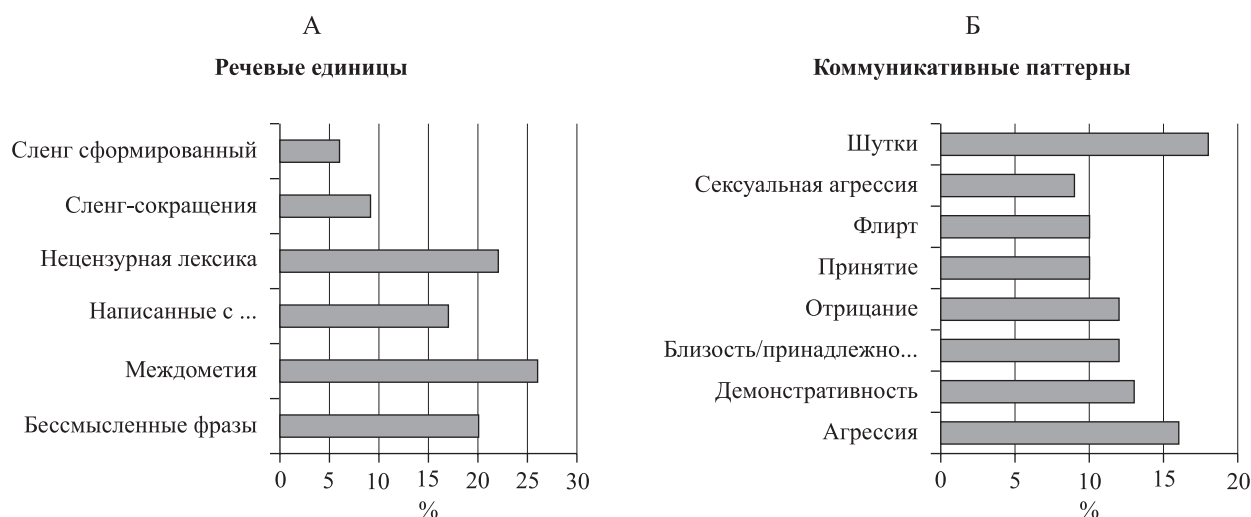


Рис. 1. Распределение частоты встречаемости категорий (классов) речевых единиц и коммуникативных паттернов сообщений у молодежи в социальных сетях (в %).

коммуникативного пространства в речевых единицах составил 40 811 единиц (сообщений, включающих 154 916 слов). Показатель среднего объема длины сообщения оценивался как общее количество слов в одном сообщении и составил 6 ± 2 речевых единицы. Данный объем длины сообщения определяется как лаконичный (краткий).

Расчет речевых единиц осуществлялся от общего объема коммуникативного пространства (под которым подразумевается общее количество сообщений) по шести категориям (классам): сленг сформированный, сленг-сокращения, нецензурная лексика, написание с намеренными ошибками, междометия, бессмысленные фразы. Согласно процедуре расчета, множества речевых единиц не могут пересекаться (см. рис. 1А). Самые высокочастотные классы речевых единиц — междометия и нецензурная лексика, которые в сумме составляют 49% от общего объема

коммуникативного пространства в социальных сетях. Особенностью анализируемых классов речевых единиц является то, что они не несут самостоятельную смысловую нагрузку, выполняя коннотативную функцию при низко организованном семантическом пространстве сообщений. Обозначенные речевые единицы структурируют, соединяют речевые единицы, то есть выполняют функцию организации речевого высказывания. Коммуникативное поведение в социальных сетях преимущественно строится на аффективных, контекстуальных реакциях без связи с непосредственным значением ситуации, что снижает смысловую целостность коммуникации, трансформируя стратегии и стили построения субъективного образа, следствием чего является снижение смысловой структурированности субъективной психологической реальности, ее фрагментарности, диссоциированности.

Таблица 5. Показатели средних значений коммуникативных паттернов у молодежи в социальных сетях (частота встречаемости).

Коммуникативные паттерны	<i>X</i>	<i>Me</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	σ
Агрессия	14.84	14.50	7	19	2.87
Демонстративность	14.1	13	7	20	2.54
Близость	13.76	13	6	20	2.28
Отрицание	13.5	13	6	19	2.81
Принятие	13.0	13	8	18	3.06
Флирт	13.48	12	8	19	2.77
Сексуальная агрессия	12.28	15.5	6	19	3.68
Шутки	15.64	16	11	20	2.57

Примечание: *X* – показатель средних значений; *Me* – медиана; *Min* – минимальное значение; *Max* – максимальное значение; σ – среднее квадратичное отклонение.

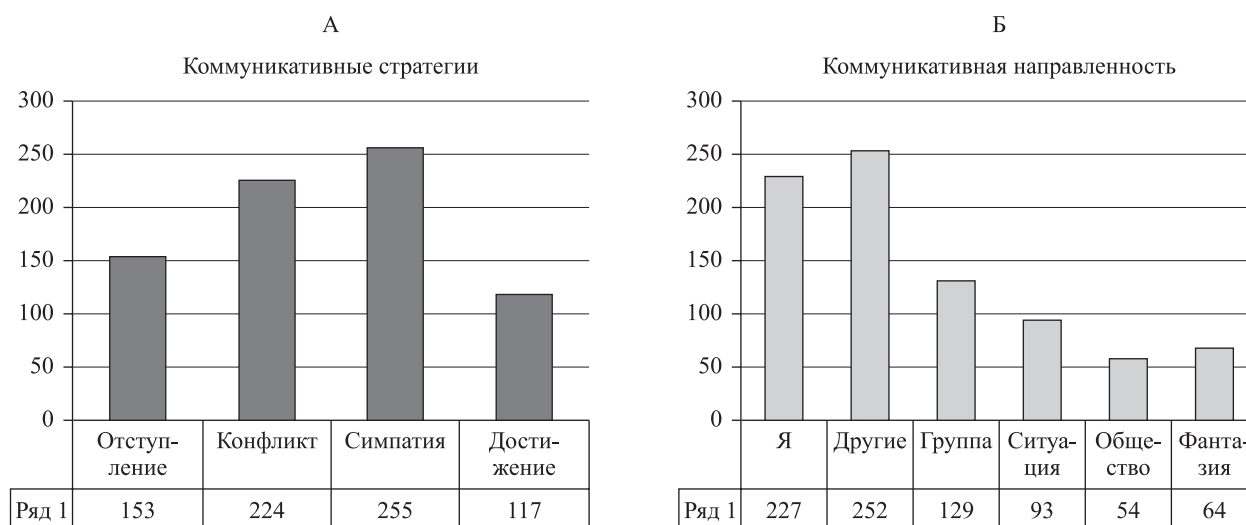


Рис. 2. Гистограммы частот распределения коммуникативных стратегий и коммуникативной направленности у молодежи в социальных сетях.

Анализ коммуникативных паттернов как сочетание речевых единиц (с помощью метода функциональной прагматики) осуществлялся на основании частотной оценки паттернов и их распределения в процентном соотношении (рис. 1Б). Установлено, что в коммуникативном поведении молодежи в социальных сетях неконструктивные паттерны составляют 50%, конструктивные – 32%, “Шутки” – 18%. При этом, “Шутки”, “Агрессия” и “Демонстративность” характеризуются максимальной частотой встречаемости (табл. 5).

Таким образом, в коммуникативном поведении молодежи в социальных сетях доля речевых единиц, не несущих самостоятельную семантическую нагрузку, составляет 70% (рис. 1А) с преобладанием неконструктивных коммуникативных паттернов (агрессия, демонстративность) (рис. 1Б). Данный факт в описании особенностей коммуникативного поведения молодежи может быть представлен как со стороны особенностей виртуальной коммуникации в социальных сетях (возможная анонимность, однозначность, преобладание вербального компонента), так и со стороны коммуникативных стереотипов, принятых в молодежной среде.

“Замкнутость–открытость” коммуникативной системы. Замкнутость коммуникативной системы определялась по критерию близости (дружественности): участники исследования сами определяли круг друзей – партнеров по коммуникации. На этом основании можно сделать вывод о замкнутости коммуникативной системы, так как все 100% участников коммуникативного пространства попадали в эту категорию. То

есть стоило одной из сторон заявить свое желание войти в близкий круг (друзья), другая сторона принимала предложение и замыкала систему. Вторым критерием оценки замкнутости системы является показатель частоты участия в диалогах с одним и тем же коммуникатором в течение не менее 1 месяца. Выявлено, что 82% коммуникаторов – это отдаленные знакомства и незнакомцы, то есть коммуникативная система определяется как открытая и широкая, в которой преобладают однократные или кратковременные коммуникативные контакты.

Коммуникативные стратегии и коммуникативная направленность молодежи в социальных сетях. В результате анализа, с помощью метода функциональной прагматики, выявлено, что коммуникативное поведение молодежи в социальных сетях характеризуется преобладанием коммуникативных стратегий “Симпатия” и “Конфликт” (рис. 2 А–Б). При этом “Симпатия” представлена преимущественно через сексуальную атрибутику. Выявленные коммуникативные стратегии, отражающие направленность коммуникативного сообщения, характеризуют аффективно наполненный аспект и онтогенетически закономерный, который только от части реализуется в реальных отношениях (рис. 2А). Социальные сети являются благоприятным условием для реализации направленности отношений сексуального и конфликтного характера.

В коммуникативном поведении молодежи в социальных сетях значимо преобладают реакции коммуникативной направленности на себя (“Я”) и на других (“Другие”) (рис. 2Б). Преобладающей

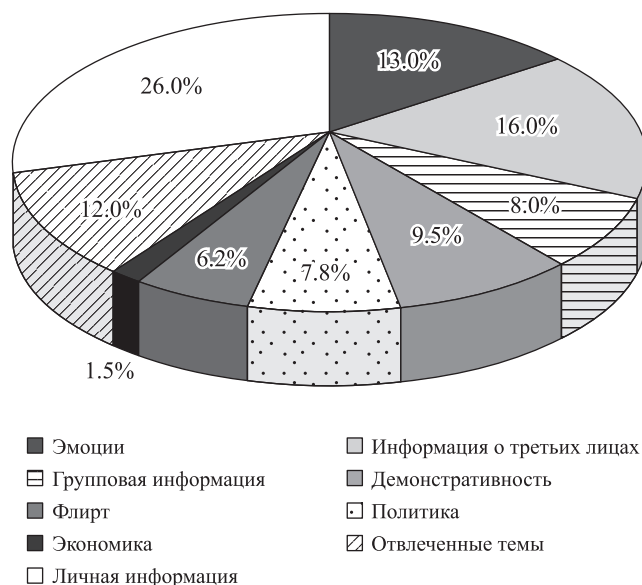


Рис. 3. Диаграмма распределения частоты встречаемости тем сообщений молодежи в социальных сетях.

коммуникативной направленностью у молодежи в социальных сетях является направленность на себя и на других, что выражает онтогенетически закономерное в данном возрастном периоде стремление к интимно-личностному общению.

Модальность коммуникативного поведения и темы коммуникации у молодежи в социальных сетях. Анализ модальности коммуникации молодежи в социальных сетях осуществлялся через оценку частот позитивных и негативных коммуникаций.

Выявлена амбивалентность модальности в коммуникативном поведении молодежи, проявляющаяся в равном соотношении отрицательных и положительных по модальности сообщений. Объем коммуникации позитивной модальности составляет 52%, а негативной – 48%. Указанное соотношение можно классифицировать как противоречивое отношение, в котором, с одной стороны, реализуется кризис идентичности, характерный для возрастной группы обследованных, с другой, общение в социальных сетях позволяет выражать свое Я более свободно, без дополнительных ограничений, более свободно проявлять свое отношение к себе и другим, нерегулируемое (или слабо регулируемое) социальными нормами. Особенностью социальных сетей является то, что оценка собеседника может резко измениться на противоположную, ее можно вообще не выражать или выражать дифференцированно.

Анализ тем сообщений молодежи в социальных сетях осуществлялся через оценку частотного

распределения в процентном соотношении по социальной направленности. В теме раскрывалось основное содержание обсуждаемой информации.

Установлено, что коммуникативное поведение молодежи в социальных сетях характеризуется преобладанием тем сообщений, построенных на личной информации (26%), информации о третьих лицах (16%), а также отвлеченной информации (12%). В наименьшей степени представлена информация, относящаяся к политике (4%) и экономике (1.5%) (рис. 3). По нашему мнению, полученные результаты указывают на социальную отстраненность молодежи при общении в социальных сетях.

ВЫВОДЫ

1. Коммуникативному поведению молодежи в социальных сетях свойственны низкие показатели как общего объема коммуникативных единиц, так и показатели среднего объема речевых сообщений. На качественном уровне коммуникативное поведение молодежи в социальных сетях характеризуется преобладанием междометий и нецензурной лексики, что свидетельствует о низкой семантической организации коммуникации в социальных сетях. Превалирование неконструктивных коммуникативных паттернов (шутки, агрессии и демонстративности) свидетельствует о семантической несамостоятельности речевых единиц в коммуникативном поведении молодежи в социальных сетях. Высказывания осуществляются преимущественно имплицитно, то есть коммуникативная цель не доносится до собеседника.

2. Коммуникативная система молодежи в социальных сетях является замкнутой, о чем свидетельствует, с одной стороны, дружелюбность участников коммуникации, с другой – высокая частота участия в диалогах с одним и тем же коммуникатором в течение как минимум месяца.

3. Преобладающими коммуникативными стратегиями молодежи в социальных сетях являются симпатия (представленная преимущественно через сексуальную атрибутику) и конфликт, что указывает на аффективную наполненность коммуникации. Эгоцентрическая направленность содержания тем сообщений выражает онтогенетически закономерное в данном возрасте стремление к интимно-личностному общению.

4. По модальности коммуникативное поведение молодежи в социальных сетях носит амбивалентный характер, что обусловлено возможностью

в социальных сетях проявлять свое отношение к себе и другим, слабо регулируемое социальными нормами. Содержанием коммуникативного поведения молодежи в социальных сетях является личная информация, информация о третьих лицах, а также отвлеченная информация. В содержании сообщений коммуникативной направленности на себя и на других реализуется конфликтность, которая инициируется амбивалентностью аффективных реакций, и проявлением симпатии с использованием сексуальной атрибутики. В темах сообщений выявлено доминирование низкосмысловых и лаконичных высказываний. Коммуникативное поведение в социальных сетях осуществляется с акцентом на форму, а не на содержание. Отмечается небрежное коммуникативное поведение через игнорирование пунктуации и орфографии в отношении построения коммуникативных сообщений и способа передачи их смысла.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антонов В.П. Особенности проявления вербальной агрессии в речевом (коммуникативном) поведении современной социально известной языковой личности // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. 2013. № 3. С. 34–40.
2. Белинская Е.П. Информационная социализация подростков: опыт пользования социальными сетями и психологическое благополучие // Психол. исследования. 2013. Т. 6. № 30. URL: <http://psystady.ru>. (Дата обращения: 18.05.2014)
3. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). М.: Языки славянской культуры, 1997.
4. Войсунский А.Е. Перспективы становления психологии Интернета // Психологический журнал. 2013. Т. 34. № 3. С. 110–118.
5. Зайнуллин М.В. Модальность как функционально-семантическая категория: На материале башк. яз. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1986.
6. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1977.
7. Митягина В.А. Унификация в коммуникативном поведении: феномен вежливости // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2005. № 3. С. 39–45.
8. Риппинен Т.О., Слободская Е.Р. Взаимосвязи личностных особенностей подростков с повседневным использованием компьютера // Психологический журнал. 2014. Т. 35. № 4. С. 30–37.
9. Смолина Е.Г. Понятие “сети” как новый взгляд на устройство общества // Научный вестник Волгоградского филиала РАНХиГС. Серия: Политология и социология. 2015. № 2. С. 23–28.
10. Стернин Н.А. О национальном коммуникативном сознании // Лингвистический вестник. Ижевск, 2002. Вып. 4. С. 87–94.
11. Сушков И.Р., Козлова Н.С. Интернет-активность как проявление потребности личности в коллективном субъекте // Психологический журнал. 2015. Т. 36. № 5. С. 75–83.
12. Филипс Л. Дж., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Изд-во Гуманитарный Центр, 2004.
13. Фонд общественного мнения. URL: <http://runet.fom.ru>. (Дата обращения: 10.03.2015).
14. Хазова С.А. Коммуникативные способности и социальный интеллект в социальном поведении в ранней юности // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Серия: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. 2012. Т. 18. № 1. С. 192–197.
15. Шевченко О.П. Гендерные отличия в коммуникативном поведении политиков // Lingua mobilis. 2009. Т. 19. № 5. С. 130–134.
16. Шейлз Дж. Коммуникативность в обучении современному языку: Проект № 12: “Изучение и преподавание современного языка для целей общения”. М.: Просвещение, 1991.
17. Шпомер Е.А. Принцип критики в коммуникативном поведении: к проблеме соотношения коммуникативных законов и типологии языковых личностей коммуникантов // Научно-информационный журнал “Армия и общество”. 2011. № 1(25). С. 45–49.
18. Adobe Social URL: <http://www.adobe.com/ru/>. (Дата обращения: 10.03.2015)
19. Brandtzcseg P.B., Hein J., Karahasanovic A. Understanding the new digital divide – a typology of Internet users in Europe // International Journ. of Human-Computer Studies. 2011. V. 69. № 3. P. 123–138.
20. Kalmus V., Realo A., Siibak A. Motives for internet use and their relationships with personality traits and socio-demographic factors // Trames, 2011. V. 15. № 4. P. 385–403.
21. Kraut R., Kiesler S., Boneva B. Internet paradox revisited // Journ. Soc Issues. 2002. V. 58. P. 49–74.
22. Peter J., Valkenburg P.M. Adolescents Internet use: Testing the “disappearing digital divide” versus the “emerging digital differentiation” approach // Poetics. 2006. V. 34. P. 293–305.
23. Sherry A., Henson R.K. Conducting and interpreting canonical correlation analysis in personality research: A user-friendly primer // Journ. of Personality Assessment. 2005. V. 84. № 1. P. 37–48.

24. *Subrahmanyam K., Kraut R., Greenfield P., Gross E.* The impact of home computer use on children's activities and development // *The Future of Children*. 2000. V. 10. № 2. P. 123–144.
25. *Swickert R.J., Hittner J.B., Harris J.L., Herring J.A.* Relationships among Internet use, personality and social support // *Computers in Human Behavior*. 2002. V. 18. № 4. P. 437–451.
26. *Van der Aa N., Overbeek G., Engels R., Schotle R., Meerkerk G., Eijnden van den R.* Daily and compulsive Internet use and well-being in adolescence: A diathesis-stress model based on Big Five personality traits // *Jorn. Youth Adolescence*. 2009. V. 38. P. 765–776.

LINGVO-SEMANTIC CHARACTERISTICS OF YOUTH'S COMMUNICATIVE BEHAVIOR IN SOCIAL NETS

V.B. Nikishina*, E.A. Petrash, I.V. Zapesotskaya*****

Kursk State Medical University, 305041, Kursk, K. Marx st., 3, Russia.

**Sc.D. (psychology), professor, head of psychology of health and correctional psychology chair.*

E-mail: vbnikishina@mail.ru

***PhD, associate professor. E-mail: petrash@mail.ru*

****Sc.D. (psychology), professor. E-mail: zapesotskaya@mail.ru*

Received 21.03.15

Abstract. Lingvosemantic peculiarities of communicative behavior of youth in social nets have been studied, with the range and quality of speech units, communicative patterns and topics of messages among them. 85 young people aged 18–21 and 1319 men entering into communication with them constitute the sample (45 young men and 41 young girls). 15 322 messages including 114 dialogs have been analyzed by means of discourse analysis and method of functional pragmatics. It has been revealed the youth's communicative behavior in social nets is characterized by low semantic organization, ambivalent modality with predominance of unconstructive communicative patterns and egocentric orientation of content in messages. Communicative behavior in social nets is realized with the accent on the form but not the content: ignoring of punctuation and orthography in construction of communicative messages and their meanings is prevailing. Personal information, information about third persons as well as abstract information is presented in messages while social significant problems are rare.

Keywords: communicative behavior, lingvosemantic peculiarities, speech units, communicative patterns, types of communicative system, modality of communication, topic of a message.

REFERENCES

1. *Antonov V.P.* Osobennosti проявления verbal'noj agressii v rechevom (kommunikativnom) povedenii sovremennoj social'no izvestnoj jazykovej lichnosti // *Vestnik Hakasskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.F. Katanova*. 2013. № 3. P. 34–40. (In Russian).
2. *Belinskaja E.P.* Informacionnaja socializacija podrostkov: opyt pol'zovaniya social'nymi setjami i psihologicheskoe blagopoluchie // *Psihol. issledovaniya*. 2013. V. 6. № 30. URL: <http://psystady.ru>. (data obrashheniya: 18.05.2014). (In Russian).
3. *Bulygina T.V., Shmelev A.D.* Jazykovaja konceptualizacija mira (na materiale russkoj grammatiki). Moscow: Jazyki slavyanskoy kul'tury, 1997. (In Russian).
4. *Vojskunskij A.E.* Perspektivy stanovleniya psihologii Interneta // *Psihologicheskii zhurnal*. 2013. V. 34. № 3. P. 110–118. (In Russian).
5. *Zajnullin M.V.* Modal'nost' kak funktsional'no-semanticheskaja kategorija: Na materiale bashk. jaz. Saratov: Izd-vo Sarat. un-ta, 1986. (In Russian).
6. *Leont'ev A.N.* Dejatel'nost'. Soznanie. Lichnost'. Moscow: Politizdat, 1977. (In Russian).
7. *Mitjagina V.A.* Unifikacija v kommunikativnom povedenii: fenomen vezhlivosti // *Izvestija Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. 2005. № 3. P. 39–45. (In Russian).
8. *Rippinen T.O., Slobodskaja E.R.* Vzaimosvjazi lichnostnyh osobennostej podrostkov s povsednevnyim ispol'zovaniem komp'yutera // *Psihologicheskii zhurnal*. 2014. V. 35. № 4. P. 30–37. (In Russian).
9. *Smolina E.G.* Ponjatie "seti" kak novyj vzgljad na ustrojstvo obshhestva // *Nauchnyj vestnik Volgogradskogo filiala RANHiGS. Serija: Politologija i sociologija*. 2015. № 2. P. 23–28. (In Russian).
10. *Sternin H.A.* O nacional'nom kommunikativnom soznanii // *Lingvisticheskij vestnik. Izhevsk*, 2002. V. 4. P. 87–94. (In Russian).
11. *Sushkov I.R., Kozlova N.S.* Internet-aktivnost' kak projavlenie potrebnosti lichnosti v kollektivnom sub#ekte // *Psihologicheskii zhurnal*. 2015. V. 36. № 5. P. 75–83. (In Russian).

12. *Filips L. Dzh., Jorgensen M.V.* Diskurs-analiz. Teoriya i metod. Har'kov: Izd-vo Gumanitarnyj Centr, 2004. (In Russian).
13. Fond obshhestvennogo mneniya. URL: <http://runet.fom.ru>. (Data obrashheniya: 10.03.2015). (In Russian).
14. *Hazova S.A.* Kommunikativnye sposobnosti i social'nyj intellekt v social'nom povedenii v rannej junosti // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova. Seriya: Pedagogika. Psihologiya. Social'naya rabota. Juvenologiya. Socio-kinetika. 2012. V. 18. № 1–1. P. 192–197. (In Russian).
15. *Shevchenko O.P.* Gendernye otlichija v kommunikativnom povedenii politikov // Lingua mobilis. 2009. V. 19. № 5. P. 130–134. (In Russian).
16. *Shejtz Dzh.* Kommunikativnost' v obuchenii sovremennomu jazyku: Proekt № 12: "Izuchenie i prepodavanie sovremennogo jazyka dlja celej obshhenija". Moscow: Prosveshhenie, 1991. (In Russian).
17. *Shpomer E.A.* Princip kritiki v kommunikativnom povedenii: k probleme sootnoshenija kommunikativnyh zakonov i tipologii jazykovykh lichnostej kommunikantov // Nauchno-informacionnyj zhurnal "Armija i obshhestvo". 2011. № 1(25). P. 45–49. (In Russian).
18. Adobe Social URL: <http://www.adobe.com/ru/>. (Data obrashheniya: 10.03.2015). (In Russian).
19. *Brandtzcge P.B., Hein J., Karahasanovic A.* Understanding the new digital divide – a typology of Internet users in Europe // International Journ. of Human-Computer Studies. 2011. V. 69. № 3. P. 123–138.
20. *Kalmus V., Realo A., Siibak A.* Motives for internet use and their relationships with personality traits and socio-demographic factors // Trames. 2011. V. 15. № 4. P. 385–403.
21. *Kraut R., Kiesler S., Boneva B.* Internet paradox revisited // Journ. Soc Issues. 2002. V. 58. P. 49–74.
22. *Peter J., Valkenburg P.M.* Adolescents Internet use: Testing the "disappearing digital divide" versus the "emerging digital differentiation" approach // Poetics. 2006. V. 34. P. 293–305.
23. *Sherry A., Henson R.K.* Conducting and interpreting canonical correlation analysis in personality research: A user-friendly primer // Journ. of Personality Assessment. 2005. V. 84. № 1. P. 37–48.
24. *Subrahmanyam K., Kraut R., Greenfield P., Gross E.* The impact of home computer use on children's activities and development // The Future of Children. 2000. V. 10. № 2. P. 123–144.
25. *Swickert R.J., Hittner J.B., Harris J.L., Herring J.A.* Relationships among Internet use, personality and social support // Computers in Human Behavior. 2002. V. 18. № 4. P. 437–451.
26. *Van der Aa N., Overbeek G., Engels R., Schotle R., Meerkerk G., Eijnden van den R.* Daily and compulsive Internet use and well-being in adolescence: A diathesis-stress model based on Big Five personality traits // Journ. Youth Adolescence. 2009. V. 38. P. 765–776.