

Джикия Л.О.

**Новые речевые практики Интернета
как способ формирования агрессивного типа личности***

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, larisa.dzhikiya@gmail.com*

Аннотация. Статья посвящена исследованию приемов вербальной агрессии на примерах речевого материала, используемого в шоу «Прожарка». Представленный в работе системный подход к исследованию вербальной агрессии позволил выявить основные сущностные стороны данного явления: установить истоки, определить причины, оценить степень опасности, а также выделить и описать агрессивные компоненты, используемые в этом шоу. Описаны и детально проанализированы основные средства, используемые для выражения вербальной агрессии.

Ключевые слова: вербальная агрессия; агрессивность; деструктивное коммуникативное поведение; причины вербальной агрессии тактики вербальной агрессии.

Поступила: 04.07.2021

Принята к печати: 06.09.2021

* © Джикия Л.О., 2021

Dzhikiya L.O.

**New speech practices of the Internet
as a way of forming an aggressive personality type***

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, larisa.dzhikiya@gmail.com*

Abstract. The article is devoted to the study of verbal aggression techniques using the examples from the show «Roast». The systematic approach to the study of verbal aggression presented in the work made it possible to identify the main aspects of this phenomenon: to establish the origins, determine the causes, assess the degree of danger, as well as to identify and describe the aggressive components used in this show. The main means used to express verbal aggression are described and analyzed in detail.

Keywords: verbal aggression; aggressiveness; destructive communicative behaviour; causes of verbal aggression; tactics of verbal aggression.

Received: 04.07.2021

Accepted: 06.09.2021

Введение

Под влиянием изменений в социально-экономической и политической сферах общества и развития цифровых технологий в последние два десятилетия наметились очевидные тенденции изменения восприятия человеком окружающего мира и пересмотра значительной части нравственных ориентиров и ценностных установок. В эпоху постмодернистского общества постепенное упрощение и даже упразднение *первой* (физической) реальности, размывание границ между ней и виртуальной реальностью становятся все более активными. Виртуальная реальность превращается в новую сферу существования человека, одной из форм которой является современное цифровое информационно-коммуникативное пространство, создаваемое телевизионными, компьютерными, 3D и другими технологиями. Виртуальная реальность привлекает психологическим комфортом, обусловленным возможностью ано-

* © Dzhikiya L.O., 2021

нимности, необязательности соблюдения норм личностной коммуникации, ее необременительностью для собеседников, могущих всегда и без объяснений прекратить общение, отсутствием влияния территориальной удаленности, неопределенности локуса коммуникантов и игровым началом общения [Кобызева, 2010].

В настоящей статье исследуется тенденция популяризации осознанной вербальной агрессии в Сети как одного из способов скрытого влияния определенных структур социума на массового потребителя Интернета.

Общение является неотъемлемым компонентом социальной жизнедеятельности каждого человека, обеспечивающим успешную социализацию личности [Сергеева, 2011]. Отсутствие общения препятствует интеграции индивида в социум, часто свидетельствуя и о психических особенностях, не позволяющих осуществлять полноценную коммуникацию. В современных реалиях опыт общения зачастую оказывается травмирующим, а сама коммуникация – деструктивной. Такая тенденция усиливается вследствие распространения в СМИ и Интернете специфического типа общения, в котором доминирует эмоциональное начало, целенаправленно перерастающее в несдержанность и затем – в вербальную агрессию [Новикова, 2018].

Деструктивное общение имеет довольно широкий круг определений, одним из которых является предложенное В.Н. Куницыной: это «формы и особенности контактов, которые пагубно сказываются на личности партнера и осложняют взаимоотношения» [Куницына, 2011, с. 389–390]. Многие психологи разделяют мнение о том, что под деструктивным общением также следует понимать так называемый психологический садизм [Волкова, 2012].

Актуальность исследования феномена вербальной агрессии объясняется ростом социального напряжения, восприятием агрессивной модели общения как одной из приемлемых, популяризацией речевого насилия в СМИ, как следствие – снижением уровня речевой культуры, жаргонизацией речи. Речевая агрессия в рамках межличностного конфликта – это форма речевого поведения, цель которого – оскорбить, подчинить коммуниканта своей воле или преднамеренно причинить вред человеку, группе людей или обществу в целом [Щербинина, 2013]. При этом агрессивный адресант часто желает поддержать или вызвать агрессивное состояние адресата. Именно поэтому речевая агрессия считается нарушением этико-речевой нормы поведения.

Если отмеченная тенденция и дальше будет развиваться, то можно предположить, что вербальная агрессия может стать нор-

мой повседневного общения, по крайней мере в определенных молодежных группах, а немотивированная агрессивность – одной из основных черт современного поколения. Принцип «я – хозяин положения, мой собеседник жертва, моя задача любыми средствами доказать и продемонстрировать ему это», который долгое время сдерживали морально-этические нормы, направленные на взаимовежливую коммуникацию, быстро распространяется через СМИ и Интернет, где внедряется мысль, что только повышенная и демонстрируемая агрессивность может сделать коммуникативный процесс прагматически значимым [Волкова, 2012].

Вербальная агрессия в нашем обществе стала активно развиваться под влиянием следующих факторов: 1) резкая отмена жесткой советской цензуры СМИ, в результате чего большое количество «непрофессионалов» начали работать в сфере радио и телевидения; 2) либерализация общественных отношений, 3) приведших к изменениям массмедийного курса; 4) компьютеризация общества и постепенное формирование принципа вседозволенности в рамках виртуального общения [Ениколопов, Чудова, 2017]. А.В. Юревич представил некоторые результаты исследования изменения в типовом психологическом облике граждан РФ с 1981 по 2011 г., отметив повышение уровня агрессии в коммуникации, превосходящий таковой в США и ряде стран Западной Европы и проявляющийся в меньшей терпимости, усилении конфликтности и несдержанности – вообще в восприятии окружающей среды как опасной и враждебной [Юревич, 2014].

Высокий уровень агрессии в обществе объясняется формированием новой системы ценностей, когда границы прежних моральных норм либо размыты, либо утрачены, а новые еще не сформировались; «моральное бездорожье» характеризует современное российское общество [Чудова, Ениколопов, 2012]. Среди самых активных социальных факторов, генерирующих общее состояние тревоги, переходящей в агрессию, С.Н. Ениколопов называет воздействие СМИ: агрессивность внедряется в повседневное общение через новостные передачи, многочисленные ток-шоу, демонстрирующие семейные скандалы, низкопробные юмористические передачи, основной целью которых является шокирование слушателей и зрителей через явное или плохо скрываемое оскорбление, и т.п. [Ениколопов, Кузнецова, Чудова, 2011]. Таким образом, вербальная агрессия легитимизируется, формируя новую норму коммуникации: готовность аудитории к различным проявлениям агрессии. Агрессивное поведение постулируется одним из самых эффективных

способов защиты своего собственного Я от социальной среды, воспринимаемой как источник тревоги, опасности, агрессии.

Все представленные факторы в целом провоцируют популярность передач типа «прожарка», основная неафишируемая цель которых – распространение самых агрессивных вербальных и поведенческих способов отторжения любой позиции коммуникантов даже в том случае, когда позиция Я не определена и не выражена. Как правило, такие способы и приемы предполагают и прямое вербальное оскорбление.

Определение понятия «агрессия»

Феномен агрессии как сложного психофизиокоммуникативного феномена исследуется учеными в разных гуманитарных науках, поскольку мотивы ее проявления всегда различны, а формы воплощения разнообразны. А. Басс пишет: «вербальная агрессия – это выражение негативных чувств как через форму (ссора, крик, визг), так и через содержание словесных ответов (угроза, проклятие, ругань)» [Buss, 1998]. Добавим, что агрессия – это экспрессивное выражение негативных эмоций индивида, «противоречащее институциональным и ситуативным нормам коммуникации, с целью нанесения вреда или ущерба коммуникативной позиции и самооценке другого лица» [Якимова, 2010, с. 266–270]. Однако крик и визг – это не всегда выражение агрессии, а ругань, скорее – форма речевой деятельности. Обычно выделяют два основных аспекта вербальной агрессии: внешний (формальный), включающий словесное оформление агрессивных высказываний с помощью лингвистических и паралингвистических средств; внутренний (содержательный) аспект, исследующий дискурсивные характеристики агрессивных высказываний, их тематику, содержание, цели [Infante, Chandler, Rudd, 1989]. В «прожарках» представлены оба аспекта.

Проявления вербальной агрессии в современных комедийных шоу

Согласно данным исследования «Российский медиаландшафт – 2020», телевидение является основным источником получения информации для большинства россиян, продолжает расши-

ряться использование интернет-источников и социальных сетей, а самые популярные темы просматриваемых в Интернете видеороликов – фильмы и кино (43%), новости в России и мире (38%) и юмор, развлечения (34%). Среди респондентов возрастной группы 18–24 лет категория «Юмор» является первой по популярности, в группе 25–39 лет – второй: молодежь является основной целевой аудиторией создателей юмористического контента [Левада-Центр]. Используя этот интерес, создатели контента целенаправленно внедряют агрессивный юмор как речевую норму, побуждают зрителей переносить модели поведения, отражающие намеренное вербальное насилие, на повседневное общение, внедряя мысль о том, что применение речевой агрессии вполне допустимо при определенных разрешающих или вынудивших к тому условиях [Кинореporter, 2018].

Последние три года в Сети и на ТВ становятся популярными передачи в формате «прожарка» («Прожарка» на телеканале ТНТ4, шоу «Что было дальше?», «Roastbattle» на Youtube-канале LABELCOM, «ROAST BATTLE» и «Прожарка» на Youtube-канале Stand-up club#1), основной чертой которого является деструктивный тип общения участников. Передача носит развлекательный характер и популярна среди молодежи. В ходе передачи комики должны шутить над соперниками или гостями максимально смешно и остро, но на деле такая установка реализуется в оскорблениях. В передаче очевидны признаки коммуникативного садизма – «сознательного и планомерного нанесения вреда личности партнера по коммуникации посредством использования соответствующих вербальных и невербальных компонентов коммуникации с целью получить моральное удовлетворение от осознания собственного превосходства» [Волкова, 2012].

Шоу «прожарка» является исконно американским комедийным форматом шоу, основная цель которого – высмеять приглашенного гостя («прожариваемого») участниками шоу («прожарщиками»). Этот жанр берет свое начало в 1950-х годах, однако пика своей популярности он достиг в начале 2000-х, когда компания Comedy Central начала выпускать свое собственное шоу Comedy Central Roast. Передачи выпускались с периодичностью примерно две программы в год, но пользовались широкой популярностью среди зрителей из-за знаменитых участников шоу, среди которых были Памела Андерсон, Алек Болдуин, Роберт де Ниро, Джастин Бибер, Снуп Догг, Кейтлин Дженнер, Джеймс Франко, Джеф Росс и многие другие звезды первой величины. Не ограниченные рамками приличий оскорбительные

шутки из уст приглашенных знаменитостей и комиков в адрес героя вечера каждый раз вызывали восторг публики.

В России «прожарка» активно развивается с 2017 г. на Youtube-канале StandUp Club № 1. Помимо «прожарок» появляются передачи, перенимающие их основные приемы (колкости, насмешки, оскорбления, критику внешности), в которых табуированные темы отсутствуют, комики могут издеваться над гендером, расой, внешностью, физическими недостатками, увечьями (отсутствие руки), болезнями. Такие программы сотрудничают с крупным брендами, что указывает на их коммерческую выгоду. Кроме того, авторы программ заранее согласуют представленный тип поведения с приглашенными и постоянными «прожарщиками», т.е. целенаправленно его пропагандируют. При этом создатели программы утверждают: 1) «прожарки» позволяют показать, что «звезды» являются такими же людьми, как простые зрители, и над ними можно посмеяться в любой форме; 2) программы формируют навык самоиронии и способность словесно постоять за себя у целевой аудитории [Кинорепортер, 2018].

В двух из трех передач принцип идентификации индивида с агрессором представляется очевидным. В качестве «прожарщиков» выступают молодые неизвестные комики, примерно того же возраста, что и целевая аудитория передач. Акцентируется, что «прожарщиком» может быть человек самоироничный, уверенный в себе и не теряющий самообладания. На деле создателям «прожарок» и их участникам нет дела до зрителей: в передачах, превратившихся в «междусобойчики» медийных лиц по значимым для них поводам, они реализуют стратегию самопрезентации. Обладая острым умом, участники шоу не могут не понимать, что они несут своими передачами, какие ценности. Следовательно, изначально распространение таких передач вызвано не какими-то благими намерениями, а обусловлено тем, что (1) владельцы каналов намеренно разрушают нормы морали, базовые ценности общества и внедряют новые, устраивающие их и превращающие целевую аудиторию (по А. Тойнби) в массу, имитирующую внешнюю, агрессивную сторону поведения своих кумиров; (2) при этом продюсеры, создатели и участники руководствуются коммерческими интересами.

Одновременно в информационном пространстве постоянно демонстрируются *позитивные последствия* агрессивного поведения или отсутствия наказания за агрессивное поведение, приводятся примеры оправданной агрессии или преследующей благород-

ную цель: участники не желают нести ответственность за последствия своих действий, ведь для них это способ оставаться популярными и, как следствие, зарабатывать с помощью высоких рейтингов и рекламы. Юморист А. Бебурешвили, часто принимающий участие в «прожарках», на вопрос ведущей, осознает ли он, что с течением времени та модель речевого поведения, которую пропагандируют в «прожарках», может перейти в повседневную коммуникацию, возразил, что такого рода шоу, наоборот, способствуют эмоциональной разрядке зрителей, а также сравнил такой вид развлечения с просмотром поединков на ринге. По его мнению, они дают именно то, что требуют зрители, – «зрелище» [Андрей Бебуришвили о ...]. Более того, версия «прожарки», представляемая каналом Labelcom, является конкурсом на то, кто смешнее оскорбит соперников. В результате соревнования победитель получает денежный приз.

По нашему мнению, «прожарки» многочисленны, разноплановы и частотны, маскируются под словесную игру и неосознаваемо для потребителя СМИ формируют определенные ментальные модели поведения, которые потом воплощаются в реальности. Значительной частью целевой аудитории являются подростки, не обладающие ни зрелым сознанием для осуществления полного самоконтроля, ни сформированными нормами поведения. Именно эта возрастная группа, не задумываясь, перенимает манеру поведения своих кумиров и начинает активно использовать ее вне рамок игры в повседневной жизни. Это прямой путь к формированию общества с высоким порогом вербальной агрессивности. Кроме того, такие передачи являются катализатором для усиления физической агрессии, постоянного буллинга или абьюзивно-токсичных отношений с окружающими [Ениколопов, Чудова, 2017].

Целенаправленность социальной деятельности создателей исследуемых передач проявляется и в том, что в них участвуют одни и те же комики, в качестве гостей чаще всего появляются узнаваемые «звезды» Comedy Club и Stand-Up на ТНТ. В качестве «прожарщиков» на передачах, спонсируемых ТНТ («Прожарка на ТНТ4» и Roast Battle Labelcom), выступают комики, уже часто выступавшие в Standupclub № 1. Это свидетельствует о том, что комиков в данном случае привлекает не сам «новый» формат прожарки и развитие каких-либо новых способностей, а возможность быстрее стать популярными, узнаваемыми, много зарабатывающими медийными лицами, для которых нет других принципов, кроме «деньги не пахнут».

Продюсеры развлекательных телеканалов осознают, что возраст целевой телеаудитории растет, а представители молодого поколения предпочитают приложение Youtube телевидению, поэтому они финансируют различные Youtube-шоу. По сути, приглашаются популярные на телеканалах медийные лица, используются уже известные способы воздействия, отработанные еще в телевизионных форматах, меняется лишь форма их технического воплощения посредством Интернета.

Актуальные приемы использования вербальной агрессии

Для того, чтобы доказать, что участники шоу используют именно приемы вербальной агрессии, далее мы проведем анализ высказываний «прожарщиков» из выпусков американской и русской версий «прожарок» и представим их основные коммуникативные тактики.

Тактики возмущения

К.Ф. Седов отмечал, что тактика возмущения чаще всего применяется в начале спора, когда эмоции особенно сильны [Седов, 2007] и на лексическом уровне реализуется в использовании эмоционально-экспрессивных междометий, фамильярных обращений, просторечной лексики; на синтаксическом – посредством неполных предложений разной степени экспрессивности, показывающих нежелание вступать в полноценный диалог; для выражения эмоционального негативного содержания речи используются и разные просодические средства. Например: *Паша ведет Импровизацию, Comedy, «Comedy Battle», «Песни», поет, читает стихи, у него своя линия одежды, он собирает Crocus, рекламирует сухарики. На что ты б£\$%^ копишь?*¹ (Прожарка Павла Воли. 01.10.2019). Такая тактика применяется в начале выступления, провоцируя реальный конфликт: по нашим наблюдениям, тактика возмущения передается посредством обценной (непристойной, табуированной) лексики, фамильярного обращения, общей повышенной тональностью речи.

¹ Примеры приводятся в авторской орфографии и пунктуации.

Эта тактика применяется лишь теми участниками, которые были знакомы с гостем до момента записи передачи, и используется в качестве начала к шутке, как правило злой, и может возникать на любой стадии провоцируемого конфликта. Условный собеседник ставится в позицию «отчитываемого», с ним обращаются покровительственно. На основе упрёка строятся последующие снисходительные «нравоучения». Тактика упрёка является наиболее личностной, так как основана на опыте реального общения и эмоционально воспринимается аудиторией как достоверная. При этом речь намеренно строится как спонтанная разговорная, употребляется та же стилистически сниженная лексика, в том числе жаргонная и грубая (сф\$%, хаваает, офигенно, классный, наезжать) личность героя намеренно принижается (лицо стервятника), он изображается в неприглядных ситуациях.

Я вам расскажу, я понимаю, почему Азамат тут. У нас с ним был небольшой конфликт в свое время, расскажу все как есть. Мне позвонили с ТНТ, сказали: «Можешь запустить программу “Где логика?”», у нас никак не складывается пилотный выпуск». Я пришел, провел пилотный выпуск, мне сказали: «Просто офигенно, давай. Скоро приступим к основным съемкам. Иди проведи несколько выпусков “Импровизации”». Я провел несколько выпусков «Импровизации», возвращаюсь вести «Где логика», а там Азамат. Ну ладно, давайте отвлечемся. В тот день еще произошла одна классная история. Я думаю, ну, не буду расстраиваться, пошел в ресторан, заказал себе лобстера, не доел его, отошел в туалет, возвращаюсь, смотрю моего лобстера хаваает Азамат. Ну, на самом деле я не буду на тебя наезжать, ты классный парень, у тебя тоже есть дети, мы все отцы и выкручиваемся для своих семей, как можем. Я вот недавно со своими смотрел “Король Лев”, с Робертом вместе. Помнишь, там момент, где Шрам убивает Муфасу, и вокруг него кружат такие стервятники. Я смотрю, сф\$%, у одного лицо Азамата (Прожарка Павла Воли. 01.10.2019); см. также: И теперь самая важная тема для меня. Я был в КВН тоже, и я играл в финале Высшей лиги, и Семен судил эту игру и поставил в последнем конкурсе моей команде 3, и мы заняли второе место, и выиграла команда Азамата Мусагалиева. А мы заняли второе место из-за оценки Семена... Г^&% ушастое, ты понимаешь, что ты мне жизнь испортил?*

Тактики насмешки

Часто такой вид тактики реализуется с помощью просодических элементов, в частности интонации, и строится на основе иронии, создаваемой разными языковыми средствами: *«Встречайте человека, который начал унижать людей еще до того, как это начал делать пенсионный фонд, “гламурный подонок” в прошлом и “я люблю тебя, Лясечка” в настоящем, ну и, наконец, динозавр юмора, чей скелет до сих пор бренчит костями в молодежной передаче, Павел Воля!»* (Прожарка Павла Воли. 01.10.2019). Здесь используется скрытое осуждение под видом похвалы: дается уничижительная характеристика личности (унижает людей, гламурный подонок, состарившийся юморист, претендующий на общение с молодежью, уничижительное отношение к выполняемой герою работе).

Тактика колкости

Эта тактика имеет внешне нейтральную форму, здесь, за исключением фамильярного обращения, не используется сниженная лексика, но содержание высказывания противоположно форме, а потому оскорбительно.

Джиган столько раз был в Камеди, что он больший резидент, чем Бебурешвили, хотя у Бебурешвили такие проблемы с речью, что он больше Джиган, чем Джиган (Прожарка Слепакова. 04.11.2019). Колкость касается сразу двоих и строится на негативной характеристике творческой деятельности репера Джигана.

Скоро зима, люди меняют шины, но я тебе, Илюх, не советую это делать, потому что ты и так слишком часто переобуваешься в интервью (Прожарка Слепакова. 04.11.2019). Говорящий задевает ведущего в постоянной конъюнктурной смене позиции, унижая его достоинство.

Тактика демонстрации обиды

Эта тактика априори противоречит формату шоу и потому используется крайне редко: в шоу отсутствует спонтанное речевое взаимодействие (и это еще один показатель его целенаправленно-

сти), импровизации крайне редки, выступления заранее готовятся комиками и командой авторов, и потому демонстрация участником обиды на оскорбления воспринимается как слабость, неуверенность в себе. *Юра, смотри, ты меня перебивал? Перебивал. Получаем жесткую шутку, правильно? Так это работает* (Прожарка Юрия Дудя. 25.12.2018).

Тактика злопожелания / отсыла

По мнению К.Ф. Седова, тактика злопожелания и отсыла имеет архаические корни, восходит к черной магии и является одной из самых распространенных в современной речи как один из самых эффективных способов показать собеседнику свое отношение: *В одном из выпусков А. Бебурешвили пошутил, что у комика без руки С. Деткова в паспорте в графе «пол» написано – руки. В следующем выпуске С. Детков сказал, что у А. Бебурешвили в графе «пол» написано: «Пошел ты на,%:..»* (Прожарка Слепакова. 04.11.2019). В примере представлено недопустимое речевое поведение, оскорбляющее героя обращением внимания на его физический недостаток и употреблением обценной лексики.

Тактика прерывания коммуникативного контакта

Этот вид тактики не используется в данном шоу по причине отсутствия как такового коммуникативного контакта, как уже говорилось ранее, оскорбления используются участниками ради самого процесса унижения. Единственный возможный вариант прерывания коммуникативного акта – отказ от участия в подобно-го рода проектах.

В целом любая представленная тактика, за исключением демонстрации обиды, содержит оскорбление разной степени выраженности.

По классификации Ю.В. Щербининой [Щербинина, 2013], вербальная агрессия в «прожарке» чаще может быть охарактеризована как явная (открытая) и непереходная, так как отсутствует диалог и коммуникативный контакт в обычном понимании, по числу участников эта агрессия социально-замкнутая, но может перерасти в массовую.

Выводы

Многие участники и создатели шоу в жанре «прожарка» настаивают на том, что их проекты не популяризуют вербальное агрессивное поведение. Однако в ходе анализа речевого материала «прожарок» было выявлено, что речевая деятельность участников проектов демонстрирует модели жесткого агрессивного вербального поведения. Изучение рынка исследуемых передач показывает, что популярными становятся лишь проекты, спонсируемые продюсерами телеканалов, основной целью которых является привлечение молодежной аудитории, в среде которой моральные и иные ценности и поведенческие стереотипы только формируются.

Список литературы

- Андрей Бебуришвили о Пако, ориентации, дикпиках, девушках на ночь и шоу «Холостяк» // А поговорить? – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=P6OjXznDQa0&t=2123s>
- Волкова Я.А. Деструктивное общение: к определению понятия // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. – 2012. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/destruktivnoe-obschenie-k-opredeleniyu-ponyatiya>
- Ениколопов С.Н., Чудова Н.В. Агрессивность и имплицитная теория насилия // Прикладная юридическая психология. – 2017. – № 2. – С. 18–26. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29823182>
- Ениколопов С.Н., Кузнецова Ю.М., Чудова Н.В. Когнитивные факторы агрессии и каузальная атрибуция агрессивности // Прикладная юридическая психология. – 2011. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnye-factory-agressii-i-kauzalnaya-atributsiya-agressivnosti>
- Кинореporter, «Прожарка» по-русски. – 2018 – URL: <https://kinoreporter.ru/prozharka-po-russki/>
- Кобызева В.О. Особенности виртуального общения в повседневных коммуникативных практиках молодежи // Современные исследования социальных проблем. – 2010. – № 1. – С. 116–118. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-virtualnogo-obscheniya-v-povsednevnyh-kommunikativnyh-praktikah-molodezhi-2>
- Куницына В.Н. Деструктивное общение // Психология общения : Энциклопедический словарь. – Москва : Когито-центр, 2011. – С. 389–390.
- Левада-Центр – Российский медиаландшафт – 2020. – URL: <https://www.levada.ru/2020/04/28/rossijskij-medialandshaft-2020/print/>
- Новикова О.Н. Игровая деятельность человека в пространстве виртуальной реальности // Социум и власть. – 2018. – № 6 (74). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/igrovaya-deyatelnost-cheloveka-v-prostranstve-virtualnoy-realnosti>

- Седов К.Ф. Речевая агрессия и агрессивность как черта речевого портрета // Социальная психолингвистика. – Москва, 2007. – С. 250–277.
- Сергеева Э.А. Социальное взаимодействие как основа построения социальной реальности: социально-философский анализ // Теория и практика общественного развития. – 2011. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-vzaimodeystvie-kak-osnova-postroeniya-sotsialnoy-realnosti-sotsialno-filosofskiy-analiz-1>
- Чудова Н.В., Ениколопов С.Н. Агрессивность как базовый компонент пространства восприятия личностных особенностей // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2012. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/agressivnost-kak-bazovyy-komponent-prostranstva-vozpriyatiya-lichnostnyh-osobennostey>
- Щербинина Ю.В. Вербальная агрессия. – Москва : КомКнига : Форум, 2013. – 400 с.
- Юревич А.В. Проявления агрессивности в современном российском обществе как психологическая проблема // Психологический журнал. – 2014. – Т. 35, № 3. – С. 68–77.
- Якимова Н.С. Вербальная агрессия как компонент речевой деятельности носителя лингвокультурного сознания // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты : материалы Международной школы-семинара (VI Березинские чтения). – Москва : ИНИОН. РАН : АСОУ, 2010. – Вып. 16. – С. 266–270.
- Buss A.H., Durkee A. An inventory for accessing different kinds of hostility // Journal of Consulting Psychology. – 1998. – N 75(1). – P. 219–229.
- Anderson M.A. Martin M.M. The relationship of argumentativeness and verbal aggressiveness to cohesion, consensus, and satisfaction in small groups // Communication Reports. – 1999. – N 12(1). – P. 21–31. – DOI: 10.1080/08934219909367705
- Infante D.A. Aggressiveness // Personality and interpersonal communication. – Newbury Park, CA : Sage, 1987. – P. 157–192.
- Infante D.A., Chandler T.A., Rudd J.E. Test of an argumentative skill deficiency model of interspouse violence // Communication monographs. – 1989. – N 56. – P. 163–177.

References

- Andrey Beburishvili about Paco, orientation, dickpics, girls for the night and the show «The Bachelor». Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=P6OjXznDQa0&t=2123s>
- Volkova, Ya.A. (2012). Destructive communication: towards the definition of the concept. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2: Linguistics*, (2), 205–209.
- Enikolopov, S.N., Chudova, N.V. (2017). Aggressiveness and the implicit theory of violence. *Applied Legal Psychology*, (2), 18–26. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29823182>
- Enikolopov, S.N., Kuznetsova, Yu.M., Chudova, N.V. (2011). Cognitive factors of aggression and causal attribution of aggressiveness. *Applied Legal Psychology*, (2), 43–58.
- Film reporter, «Roast» in Russian (2018). Retrieved from: <https://kinoreporter.ru/prozharka-po-russki/>

- Kobyzeva, V.O. (2010). Features of virtual communication in everyday communication practices of young people. *Modern Studies of Social Issues*, (1), 116–118.
- Kunitsyna, V.N. (2011). Destructive communication. *Psychology of communication. An encyclopedic dictionary* (389–390). Moscow: Kogito-center.
- Levada Center – Russian Media Landscape-2020. Retrieved from: <https://www.levada.ru/2020/04/28/rossijskij-medialandschaft-2020/print/>
- Novikova, O.N. (2018). Human gaming activity in the virtual reality space. *Society and power*, 6(74). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/igrovaya-deyatelnost-cheloveka-v-prostranstve-virtualnoy-realnosti>
- Sedov, K.F. (2007). Speech aggression and aggressiveness as a feature of a speech portrait. In: *Social psycholinguistics* (250–277).
- Sergeeva, E.A. (2011). Social interaction as a basis for building social reality: socio-philosophical analysis. *Theory and practice of social development*, 5. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-vzaimodeystvie-kak-osnova-postroeniya-sotsialnoy-realnosti-sotsialno-filosofskiy-analiz-1>
- Chudova, N.V., Enikolopov, S.N. (2012). Aggressivnost kak bazovy component prostranstva vospriyatiya lichnostnykh osobennostej. *Teoreticheskaya I Eksperimentalnaya Psikhologiya*, 3. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/agressivnost-kak-bazovyy-komponent-prostranstva-vospriyatiya-lichnostnyh-osobennostey>
- Shcherbinina, Yu.V. (2013). *Verbal aggression*. Moscow: KomKniga; Forum.
- Yurevich, A.V. (2014). Manifestations of aggressiveness in modern Russian society as a psychological problem. *Psychological Journal*, 35(3), 68–77.
- Yakimova, N.S. (2010). Verbal aggression as a component of speech activity of a carrier of linguistic and cultural consciousness. In: *The linguistic existence of a person and an ethnic group: psycholinguistic and cognitive aspects*, 16, 266–270.
- Buss, A.H., Durkee, A. (1998). An inventory for accessing different kinds of hostility. *Journal of Consulting Psychology*, 75, 219–229.
- Anderson, M.A., Martin, M.M. (1999). The relationship of argumentativeness and verbal aggressiveness to cohesion, consensus, and satisfaction in small groups. *Communication Reports*, 12(1), 21–31. DOI: 10.1080/08934219909367705
- Infante, D.A. (1987). Aggressiveness. In: *Personality and interpersonal communication* (pp. 157–192). Newbury Park: Sage.
- Infante, D.A., Chandler, T.A., Rudd, J.E. (1989). Test of an argumentative skill deficiency model of interspouse violence. *Communication monographs*, 56, 163–177.