

КАРЕТНА ОЛЬГА ОЛЕКСАНДРІВНА

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
доцент кафедри соціології, кандидат політичних наук, доцент*

ЯЦЕНКО МИКОЛА АНАТОЛІЙОВИЧ

*Національний університет «Одеська юридична академія»,
доцент кафедри соціології, кандидат соціологічних наук, доцент*

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ

Сучасний стан досліджень інтернет-комунікації знаходиться в стадії активних розробок, які почалися з середини 90-х років ХХ ст. в області філософії, соціології, психології, лінгвістики, культурології і деяких інших суміжних наук. Дослідження ведуться активно у зв'язку з бурхливим зростанням популярності інтернет-комунікації серед населення, особливо молодого покоління.

З моменту появи Інтернету соціологи вивчають його як особливу, специфічну реальність. Інтернет є як глобальним, так і національним засобом комунікації, джерелом і розповсюджувачем нових ідей, поглядів, інтерпретацій і, безсумнівно, новим соціальним середовищем, що розширює наше розуміння взаємодій людини в інформаційному суспільстві. Інтернет, з одного боку, – засіб комунікації, що сприяє процесу глобалізації, з іншого боку, комп'ютеризація повсякденного життя сприяє індивідуалізації, вводить в обіг віртуальну реальність як комп'ютерну симуляцію реальних речей, вчинків, соціальних взаємодій. Величезний вибір інформації та комунікацій, який надає Інтернет конкретному користувачу, сприяє процесу індивідуалізації соціального середовища. Інтернет можна вважати продовженням середовища проживання людини, де людина має можливість задовольнити свої соціальні потреби, в тому числі комунікаційні. Особливості соціальної ролі Інтернету як засобу соціальної комунікації, багато в чому визначаються притаманними йому властивостями – горизонтальністю зв'язків і інтерактивністю. На основі ефективного зворотного зв'язку Інтернет дозволяє переходити до нових засобів взаємодії і освоєння прогресивних досягнень усього людства, що призводить, в тому числі, до виникнення нових видів суспільних відносин і організаційних структур (мережеві організації, онлайніві спільноти).

Віртуальну комунікацію відрізняє різноманітність способів і форм взаємодії завдяки властивому мережі Інтернет різноманіттю функціональних можливостей. Дослідники віртуальної комунікації зазвичай поділяють ці способи за мірою їх інтерактивності (on-line – синхронна і off-line – асинхронна) і відкритості (публічні і приватні), спрямованості комунікації (моно-, діа- і полілогічна), спрямованості спілкування (спілкування заради спілкування або на певний предмет, тему) тощо. Згідно Дж. Сулеру [3] при

синхронній комунікації взаємодія відбувається в режимі реального часу (тут і зараз), а асинхронна комунікація передбачає можливість затримки відповіді. До першої, найбільш інтерактивної форми відносяться чати (Internet Relay Chat – IRC), рольові ігри MUDs («multi-user dimension»), до другої – веб-форуми (Web-based forums), дискусійні списки (discussion lists), гостьові книги (quest books), електронна пошта, списки-розсилки (mailing lists), телеконференції (newsgroups). Форуми і блоги, на відміну від чатів, значною мірою орієнтовані на відстрочену за часом комунікацію. Пишучи, відвідувач форуму сподівається отримати відповідь не миттєво, а через кілька годин або днів. Якщо користувач хоче перейти з публічного спілкування на приватне, то в багатьох віртуальних соціумах, що спеціалізуються на спілкуванні, закладена можливість приватної бесіди без переходу на інший ресурс. В чатах, наприклад, зазвичай прийняті такі приватні форми комунікації, як «шепіт» (можливість при загальній розмові відправляти будь-кому з присутніх репліки, які не будуть бачити інші) і «приват» (можливість перейти в діалоговий чат «на двох»). Інший поширений розподіл спілкування в Інтернеті відбувається за критерієм спрямованості спілкування: або на саме спілкування (спілкування заради спілкування), що часто відрізняє чати, або на певний предмет або тему, як в тематичних форумах і конференціях.

Але в якій би формі не відбувалося спілкування в Мережі, інтернет-комунікація має певну специфіку, що радикально відрізняє її від спілкування у фізичному світі. Існує величезна кількість різноманітних класифікацій інтернет-комунікації, наприклад Дж. Сулера, яка, на нашу думку, найбільш докладно описує інтернет-комунікацію [3]. Коротко перерахуємо основні пункти:

1. Обмеження сенсорного досвіду.
2. Невизначеність ідентичності користувача.
3. Анонімність користувача.
4. Зрівнювання користувачів в статусі.
5. Розтягнення просторових меж.
6. Розтягнення часових меж.
7. Соціальна різноманітність.

До соціологічних особливостей інтернет-комунікації можна віднести специфічність сприйняття партнерів по спілкуванню, тобто виникнення неповноцінного емоційного зв'язку, так як при спілкуванні частіше задіяно тільки одне з п'яти людських почуттів – зір, та й то не за прямим призначенням, а опосередковано виконуючи функцію слуху.

Також, інтернет-комунікація сприяє більшій відкритості і легкості в спілкуванні, що стимулюється анонімністю, так як віртуальний образ не завжди відповідає реальному (наприклад, в соціальних мережах більшість представляються неодруженими і незаміжніми).

Наступною особливістю є відчуття більшої безпеки і більш вільна і розкута поведінка, які дозволяють користувачеві відчувати менше відповідальності перед партнерами у віртуальному спілкуванні, ніж в реальності, в будь-який момент перервати зв'язок і назавжди зникнути або видалити свої дані з соціальних мереж. Виникає ефект «розмови

в поїзді», коли незнайомим людям вивертають душу навиворіт, тому що розуміють, що навіть при бажанні «можливості зустрітися після експерименту не буде», і позбавлені побоювання «втратити обличчя», за умов балакучості [2].

Цікавим видається зникнення або зміна звичної детермінованості вчинків, поведінки, соціальних ролей при перемиканні з «реала» у «віртуальний світ». Користувач робить не те, що потрібно, а те, що він бажає, він вільний у реалізації своїх бажань.

Інтернет-комунікація сприяє збідненню емоційності відносин найбільш активних користувачів соціальних мереж, так як збільшення числа соціальних контактів знижує їх глибину, емоційну забарвленість, тобто кількість контактів знижує їх «якість».

Легкість спілкування робить віртуальність більш привабливою ніж реальність. Дружба і кохання у віртуальності вимагають від певної частини користувачів незрівнянно менших моральних і матеріальних витрат і відповідальності, ніж в реальному житті. І хоча віртуальні відносини не дають багато чого, що можуть дати реальні, проте, частина людей йде шляхом найменшого опору і практично обмежуються «віртуалом» [2]. Все це веде до якогось комп'ютерного ескапізму і, безумовно, є одним з видів «інтернет-залежності», яка вже давно турбує соціологів, психологів і представників інших соціальних наук.

Відсутність будь-яких видів цензури, навіть внутрішньої, створює у носіїв комп'ютерного жаргону ілюзію свободи, що об'єднує, причому це об'єднання реалізується на основі загального протистояння невіртуальному світу [1]. Для багатьох користувачів спілкування в Інтернеті набуває ігровий характер. Вони чітко диференціюють різницю між реальним спілкуванням і інтернет-комунікацією, що дозволяє їм вести себе по іншому при спілкуванні в Мережі, де складаються дещо інші правила комунікації.

Список використаної літератури:

1. Виноградова Н. В. Компьютерный жаргон в аспекте гендерлингвистических исследований / Н. В. Виноградова // Исследования по славянским языкам. 2002. № 7. – С. 111–124.
2. К вопросу об эмоциональной насыщенности межличностных коммуникаций в Интернете. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/netemotions>
3. The basic psychological features of cyberspace. [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <http://www-usr.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html>

Ключові слова: комунікація, інтернет-комунікація, інтернет-простір, інформаційне суспільство, соціальні потреби, віртуальна комунікація.

Ключевые слова: коммуникация, интернет-коммуникация, интернет-пространство, информационное общество, социальные потребности, виртуальная коммуникация.

Key words: communication, Internet communication, Internet space, information society, social needs, virtual communication.