

Д. И. Мосейкин

ОПОСРЕДОВАННОЕ МЕЖЛИЧНОСТНОЕ ОБЩЕНИЕ И ЕГО СПЕЦИФИКА В УСЛОВИЯХ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет
имени Н. Г. Чернышевского, факультет психологии,
Саратов, Россия*

Аннотация. В современном мире люди часто пользуются интернетом. Существует статистика, благодаря которой становится ясно, что количество пользователей в 2021 году приближалось к 4,66 миллиардам. В статье показаны и описаны способы невербального общения в интернет-сетях (электронная почта, онлайн-форумы, чаты, социальные сети), в частности, средства выражения эмоций. К ним относятся: эмотикойны, эмодзи, смайлики, стикеры, акронимы, пунктуационные формы.

Ключевые слова: онлайн коммуникация, чаты, невербальная информация, эмоции, смайлики, эмодзи, эмотикойны, стикеры

D. I. Moseykin

MEDIATED INTERPERSONAL COMMUNICATION AND ITS SPECIFICITY IN THE CONDITIONS OF ONLINE COMMUNICATION

Saratov State University, Faculty of Psychology, Saratov, Russia

Abstract. In the modern world, people often use the Internet. There are statistics, thanks to which it becomes clear that the number of users in 2021 was 4.66 billion. The article shows and describes the ways of non-verbal communication in Internet networks (e-mail, online forums, chats, social networks), in particular, the means of expressing emotions. These include: emoticons, emojis, emoticons, stickers, acronyms, punctuation forms.

Keywords: online communication, chats, non-verbal information, emotions, smiley, emoji, emoticons, stickers

В современное время все более активно происходит слияние человека с информационными/компьютерными технологиями. С трудом можно представить человека, который в настоящее время не использует достижения технического прогресса для собственной работы, учебы или общения.

Особым «событием» в области развития опосредованного общения стало развитие не только технических средств, но и технологии – интернет. Данная технология позволила объединить в себе множество способов коммуникации людей, но и своим развитием отложило определенный отпечаток на них. В настоящий момент, по данным аналитических агентств, таких как We Are Social и Hootsuite в январе 2021 года интернетом пользуются 4,66 миллиарда человек во всём мире [1].

Ознакомление с историей формирования онлайн-коммуникации позволяет нам подтвердить/выявить особенности данного способа общения. Так, всего за 50 лет своего существования сформировался особый стиль общения, который сейчас влияет на речевое поведение современного общества [2].

Онлайн-общение получило свое развитие в различных формах. Одним из первых способов коммуникации стало косвенное общение, включающее в себя следующие виды текстовой коммуникации: электронные письма, сообщения в мессенджерах. Данный способ является наиболее старым способом онлайн-коммуникации. Можно сказать, что данный способ возник с 1970г. с первым электронным сообщением.

В дальнейшем данное направление разделилось на несколько поднаправлений: интернет-форумы, представляющие собой интернет-ресурсы, где люди могут создавать собственные темы для обсуждения, и, в рамках созданного раздела, обмениваться друг с другом информацией в асинхронном режиме, когда давалось неограниченное время на подготовку ответа. Такой подход в общении располагал людей к новому формируемому стилю письменной речи в онлайн среде.

Вторым направлением в данной области стало развитие «чатов» в приложениях для мгновенного обмена сообщениями. В отличие от форумов, чат представлял собой определенные комнаты для быстрого общения. Где при подключении к ним, не было истории переписки или заранее организованных тем. В данном направлении формировались особенности взаимодействия «здесь и сейчас», когда актуальность информации могла устареть через несколько минут после ее появления [3].

Одной важной чертой второго этапа развития онлайн-коммуникации стало неформальное общение в рамках интернета. Так, форумы выступили определенными площадками для нахождения «напарников» по общим интересам. В рамках свободного общения стало необходимо не только передать обезличенную информацию, но и эмоционально отреагировать на нее.

Стоит также выделить особенность ранних площадок для общения. В связи с только ранним этапом развития технологии, присутствовало ограничение в количестве знаков в одном сообщении.

Так, на том этапе были сформированы следующие вопросы: как с помощью ограниченного числа символов сделать общение более «живым»? Для выполнения данного запроса сформировались два решения.

Можно выделить две группы знаков, которые позволяли компенсировать отсутствие способов передачи невербальной информации: графические средства-знаки (эмотикойны, эмоджи, стикеры) и вербально-стилистические (акронимы и грамматико-пунктуационные формы).

Термин «эмотикойн» (англ. Emoticons) – происходит от сочетания слов «эмоции» (emotion) и «значки» (icons). Это знаки, которые часто сопровождают текстовые сообщения в онлайн-коммуникации. Добавление графических знаков к печатному тексту дебютировало в онлайн-

коммуникации в 1982 году, когда впервые был предложен повернутый смайлик « :-) » - вместе с: - « :(». Смайки были предложены ученым из Университета Карнеги-Меллона, Скоттом Фальманом, как средство обозначить, что что-то было шуткой (или нет) в опубликованных сообщениях на форуме по информатике [4].

Примером могут служить: (>.<) or (>_<) – злость; (*^_^*) – стеснение и т.д. [5]. Второй волной развития графические средства-знаки стали эмодзи – это графические символы с predetermined именами/идентификаторами и кодом (Unicode), которые включают в себя: выражения лиц, абстрактных понятий и эмоций и т.д. Так, в работах Паваланатана и Эйзенштейна обнаружили, что использование эмодзи увеличилось, а использование эмотикойнов резко сократилось, что привело авторов к выводу, что эмотикойны и эмодзи борются за одни и те же функции: индикация эмоций, неэмоциональное значение, необходимое для обозначения сообщения (смеющееся лицо для обозначения шуточного сообщения), как указание на иллюкативную силу, которая обычно не отображается на выражениях лица (например, смайлик, смягчающий вклад в высказывание) [6].

Помимо стандартных смайликов, приложения для моментального обмена сообщениями расширили свой визуальный ряд с помощью нового вида графических смайликов-стикеров. Это, как правило, авторские картинки, выполненные под заказ приложения. Они достаточно сложные и представляют какой-либо конкретный сюжет или персонажей. Сложный характер наклеек, основанный на характерных чертах, отображает язык тела и выражения лица более явно, чем смайки - они скорее демонстративны, чем символичны. А высокая скорость создания наклеек предлагает пользователям множество способов выразить свои эмоции, настроение и действия.

Для выражения эмоций также используются и вербально-стилистические группы знаков. Так, к ним относятся акронимы. К современным примерам данной группы, можно отнести: LOL (Laughing Out Loud, перевод: громко смеюсь) или ROFL (Rolling On Floor Laughing, перевод: катаюсь по полу от смеха). Так, в работе Ю. М. Кувшинской были сформулированы функции аббревиатур: функция речевой экономии, тезаурусная, контактоустанавливающая, экспрессивная [7]. Что говорит нам о том, помимо изначального необходимого функционала, появились еще и дополнительные функции.

Для выражения эмоций также использовались и грамматико-пунктуационные формы. Например, множественные использования восклицательного знака для показа собственной радости или возмущения. Усиления эффекта происходит за счёт увеличения количества пунктуационных знаков.

К настоящему времени, они используются намного реже, ибо развитие графических знаков в большей мере удовлетворяет потребности в передаче эмоций в онлайн-общении.

Стоит обратить внимание, что многие формы коммуникации остались до сих пор, при этом мы можем найти и форму, и чаты. Но с развитием программного обеспечения и создания новых площадок, мы видим сплав данных направлений. Так, на площадке VK.COM существуют и «форумные» элементы коммуникации, такие как собственные группы, в которых создаются посты, и они могут быть предложены, а также комментарии к ним. Количество символов в тех или иных постах достаточно обширно, чтобы писать полнотекстовые «посты». Но и в тоже время существуют и личные сообщения, которые напоминают общение в чате, где преобладают короткие и быстрые сообщения по актуальной теме. Поэтому сейчас мы можем наблюдать определенные особенности общения в онлайн пространстве, которые сформировались в течение 50 лет: письменно-разговорный стиль, который сформирован стремлением к быстрым ответам здесь и сейчас без времени подготовки к ответу; экономный стиль общения, который раньше был больше необходимостью, а в настоящий момент стал сформированным инструментарием, который всячески способствует к уменьшению письменного текста путем готовых графических средств-знаков и вербально-стилистических форм, которые снимают необходимость описывать текстом часть невербальной информации, путем устойчивых и социально интерпретированных символов.

Таким образом мы сделали следующие выводы:

К январю 2021 года количество интернет-пользователей насчитывается 4,66 миллиардов человек. Это также сильно повлияло на развитие опосредованного общения. За 50 лет онлайн-коммуникации стали возможными следующие средства невербального общения: косвенные способы – включающие в себя различные виды текстовой коммуникации (электронные письма, сообщения в мессенджерах). Следующим витком развития стали онлайн-форумы, где пользователи могли обмениваться информацией на определенную, созданную тему; а также чаты – способ обмена информацией в виде «быстрых сообщений».

Во многом этому стилю способствовали такие средства невербальной коммуникации, включающие в себя функции выражения эмоций и «быстрого ответа»: эмотикойны, эмодзи, смайлики, стикеры, акронимы, пунктуационные формы (повторение нескольких знаков препинания для выражения сильных эмоций).

В дальнейшем произошел синтез и объединение всех вышеперечисленных способов невербальной коммуникации и выражения эмоций в интернет-пространстве. Благодаря этому в появившихся социальных сетях (в статье: VK.COM) преобладают следующие особенности общения: письменно-разговорный стиль (ответ «здесь и сейчас») и экономный стиль общения с готовыми графическими средствами-знаками и вербально-стилистическими формами.

Список литературы

1. *Kemp, S.* Digital 2021: The latest insights into the ‘state of digital’ // We are social. [Электронный ресурс]. URL: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital> (дата обращения: 01.04.2022). Загл. с экрана. Яз. англ.
2. *Подлесная, О.* О чем кричит Интернет // Московские новости. – 2006. – № 43. – С. 3.
3. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. – 328 с.
4. *Krohn, F.* A generational approach to using emoticons as non-verbal communication [Электронный ресурс]. URL: <https://www.netlingo.com/word/japanese-smileys.php> (дата обращения: 01.04.2022). Загл. с экрана. Яз. англ.
5. *Pavalanathan, U., Eisenstein, J.* Emoticons vs. Emojis on Twitter: A Causal Inference Approach [Электронный ресурс]. URL: <https://arxiv.org/abs/1510.08480> (дата обращения: 01.04.2022). Загл. с экрана. Яз. англ.
6. Современный русский язык в интернете / ред. Я. Э. Ахапкина, Е. В. Рахилина. – М.: Языки славянской культуры, 2014. – 328 с.