

Понятие коммуникации и особенности коммуникативного поведения в интернет-пространстве

© 2024 Буланов Алексей Валерьевич*,

* аспирант кафедры «Общая психология», Пензенский государственный университет (г. Пенза), e-mail: aleksey.bulanov@outlook.com

Аннотация: В современном мире интернет стал неотъемлемой частью жизни большинства людей, значительно изменив характер коммуникации. Интернет-пространство предоставляет новые возможности для общения, но вместе с тем ставит перед исследователями новые вызовы. В статье проводится теоретический анализ психологических особенностей коммуникативного поведения в интернет-пространстве, представлены способы регулирования и улучшения коммуникативного поведения в интернете.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативное поведение, межличностное общение, Интернет, интернет-пространство.

The Concept of Communication and Features of Communicative Behavior in the Internet Space

© 2023 Bulanov Alexey Valeryevich*,

* Postgraduate student of the Department of General Psychology, Penza State University (Penza, Russia), e-mail: aleksey.bulanov@outlook.com

Annotation: In the modern world, the Internet has become an integral part of most people's lives, significantly changing the nature of communication. The Internet space provides new opportunities for communication but also presents researchers with new challenges. This article conducts a theoretical analysis of the psychological

features of communicative behavior in the Internet space, and presents ways to regulate and improve communicative behavior on the Internet.

Key words: communication, communicative behavior, interpersonal communication, Internet, Internet space.

Интернет и компьютерные технологии кардинальным образом изменили наше социальное взаимодействие в целом и в особенности наши методы коммуникации. Они позволяют нам общаться мгновенно через электронную почту, мессенджеры, социальные сети и видеозвонки, устраняя временные и географические преграды. Социальные сети стали ведущим инструментом для поддержания связей, обмена информацией и выражения мнений, формируя виртуальные сообщества, в которых люди взаимодействуют и сотрудничают независимо от их местоположения. Эти технологии также дали возможность работать и учиться удаленно, изменяя рабочие процессы и образовательные методы, делая их более гибкими и доступными. Культурный обмен и понимание между различными народами и культурами стали проще благодаря легкости обмена информацией через интернет. Электронная коммерция кардинально изменила подход к покупкам и продажам, влияя на поведение потребителей и методы ведения бизнеса. Алгоритмы и искусственный интеллект персонализируют информацию и предложения, что влияет на выбор и предпочтения пользователей.

Если в течение долгого времени способы коммуникации, способы обработки, хранения, передачи информации и другие аспекты человеческой деятельности менялись достаточно медленно, не претерпевая при этом радикальных изменений, то в последнее столетие в различных сторонах нашей жизни происходят качественные, принципиальные, эволюционные изменения, причем совершаются они на фундаменте новых технических решений, изобретений, открытий, компьютерных технологий, а в последние годы и искусственного интеллекта (ИИ).

Коммуникация (от лат. «communicatio», от «communico» – «делать общим, делать сообща, связывать, общаться») – это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных коммуникативных средств [10]. В человеческом обществе под коммуникацией подразумевается общение, обмен мыслями, знаниями, чувствами, поступками, передача информации от человека человеку. Во многих работах проблемы коммуникации ставятся и обсуждаются именно в таком контексте, то есть коммуникация рассматривается либо как передача сообщений, либо как обмен какой-либо информацией, а также как целенаправленное организационное воздействие.

Следует отметить, что коммуникация – это часть общения. Общение включает в себя три стороны: коммуникативную (непосредственный обмен информацией между индивидами), интерактивную (организация взаимодействия между индивидами) и перцептивную (восприятие и взаимопонимание). Однако разделить общение и коммуникацию не всегда просто, даже с английского языка слово «communicate» переводится как «общаться».

В научный оборот понятие «коммуникация» ввел в 1909 г. американский социолог, один из виднейших представителей Чикагской социологической школы Чарлз Хортон Кули (1864 – 1929), определив ее как «механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений – все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени» и как средство актуализации «органически целого мира человеческой мысли». Средствами организации в начале XX века выступают газеты, почта, телеграф, железные дороги и образование [9].

По мнению Г.Г. Почепцова, «общество стало более зависимым от коммуникации. Ни в одном столетии не развивалось столько разнообразных дисциплин, связанных с воздействием человека на человека» [7].

Представитель символического интеракционизма Джордж Мид (1863–1931) писал, что «мир конструируется в совокупности процессов социального взаимодействия как актов коммуникации», то есть развитие коммуникативных форм представляет собой социальное развитие [6].

Такое пристальное внимание к коммуникации со стороны научного сообщества и сфер деятельности породило большое количество определений данного слова. Американский психиатр Юрген Рюш в середине XX века сформулировал около 40 определений коммуникации в разных сферах человеческой деятельности, а американские ученые Ф. Дэнс и К. Ларсон проанализировали 126 дефиниций термина «коммуникация» [2].

Все многообразие этих определений можно обобщить в три большие группы:

1. Коммуникация представляется как средство связи любых объектов материального и духовного мира, то есть как определенная структура.

2. Коммуникация – это общение, в процессе которого люди обмениваются информацией.

3. Под коммуникацией подразумевают передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество и его составные компоненты [10].

Коммуникативное поведение можно определить как совокупность действий, направленных на обмен информацией между индивидами. В контексте интернет-пространства оно включает в себя текстовую, аудио- и видеокommunikацию, а также взаимодействие через социальные сети и мессенджеры.

Существует несколько теорий, объясняющих коммуникативное поведение, каждая из которых предлагает разные взгляды на то, как и почему

люди общаются. Например, теория социального обмена рассматривает коммуникацию как процесс обмена ресурсами, включая информацию и эмоции. В интернет-пространстве эти ресурсы приобретают специфические формы и значимость. Эта теория предполагает, что коммуникативное поведение основано на экономическом принципе обмена выгод и затрат. Люди вступают в коммуникацию, когда ожидают получить какую-то выгоду, будь то информация, эмоциональная поддержка или социальный статус, и стараются минимизировать затраты.

Теория межличностного взаимодействия фокусируется на взаимодействии между людьми и предполагает, что коммуникация происходит в контексте межличностных отношений. Основное внимание уделяется тому, как люди используют вербальные и невербальные сигналы для выражения своих мыслей и чувств, а также для управления отношениями.

Теория символического интеракционизма утверждает, что люди создают смысл через взаимодействие, используя символы (например, язык). Коммуникативное поведение в данном случае рассматривается как процесс обмена символами, посредством которого люди формируют и изменяют свое понимание реальности.

В теории когнитивного диссонанса люди стремятся к когнитивному равновесию, и диссонанс (несоответствие между убеждениями и поведением) вызывает психологический дискомфорт, который мотивирует их изменить свои убеждения или поведение для восстановления гармонии. Это объясняет, почему люди могут менять свое мнение или поведение в ответ на коммуникацию, вызывающую диссонанс.

Теория управления впечатлением объясняет как люди пытаются контролировать впечатления, которые они производят на других. Коммуникативное поведение рассматривается как стратегическое управление информацией о себе, с целью создать определенное впечатление и достичь желаемого результата в социальных взаимодействиях.

Теория употребления и удовлетворения фокусируется на том, как и почему люди выбирают определенные средства массовой информации и коммуникационные каналы для удовлетворения своих потребностей и желаний. Она предполагает, что люди активно выбирают те медиа и формы коммуникации, которые наилучшим образом удовлетворяют их информационные, развлекательные, социальные или психологические потребности. Теория культурного контекста подчеркивает важность культурного контекста в коммуникации, объясняя, как культурные нормы и ценности влияют на коммуникативное поведение. Она рассматривает различия в стилях общения, значении символов и восприятии сообщений в разных культурах. Рассмотренные теории предоставляют различные перспективы и инструменты для анализа и понимания коммуникативного поведения, помогая исследователям и практикам разрабатывать эффективные стратегии общения в различных контекстах. Коммуникативное поведение, как уже отмечалось, это совокупность действий и реакций человека в процессе общения, направленных на передачу, получение и интерпретацию информации, а также на регулирование межличностных отношений. Оно охватывает вербальные и невербальные формы общения, проявляется в различных социальных и культурных контекстах и включает в себя как осознанные, так и неосознанные аспекты поведения.

Виды коммуникативного поведения включают:

1. вербальное поведение, состоящее из устной речи (включает в себя разговоры, диалоги, монологи, выступления и другие формы устного общения), письменной речи (охватывает письма, сообщения в мессенджерах, посты в социальных сетях, статьи и другие текстовые формы коммуникации);

2. невербальное поведение – это жесты и мимика (движения рук, выражения лица, которые передают эмоции и намерения), позы и движения тела (положение тела и движения, которые могут передавать информацию о настроении и отношении), взгляд и контакт глазами (использование взгляда для

выражения внимания, интереса или других эмоций), паралингвистические аспекты (интонация, громкость, темп речи, которые дополняют и уточняют вербальные сообщения);

3. проксемическое поведение, заключающееся в использовании пространства, дистанции и расположения участников общения, которые могут сигнализировать об уровне близости, комфорта или статуса;

4. хронемическое поведение или использование времени включает в себя такие аспекты, как пунктуальность, длительность общения, паузы, которые могут влиять на интерпретацию и восприятие сообщений.

5. тактильное поведение – прикосновения: касания, пожатия рук, объятия и другие формы физического контакта, которые могут выражать поддержку, дружелюбие или агрессию.

6. кинесическое поведение – это совокупность различных телодвижений, жесты которые человек сознательно или неосознанно использует при общении для более точного выражения своих мыслей и чувств.

7. визуальное поведение содержит визуальные средства, такие как рисунки, схемы, графики, которые помогают передавать информацию и поддерживать общение.

Коммуникативное поведение играет ключевую роль в установлении и поддержании социальных связей, передаче знаний и культурных ценностей, а также в формировании индивидуальной и коллективной идентичности.

Коммуникация в интернет-пространстве эволюционировала от ранних форм электронной почты и форумов до современных социальных сетей и мессенджеров. Каждая стадия развития коммуникации в сети Интернет приносила новые перспективы для пользователей. Важными вехами стали появление веб 2.0, развитие мобильных технологий и повсеместное распространение высокоскоростного интернета.

Коммуникация в интернет-пространстве представляет собой любую форму общения, осуществляемую при помощи компьютерных технологий.

Другими словами это способы общения, опосредованные компьютерными устройствами и технологиями (например, электронная почта, чаты, интернет-форумы, социальные сети и т. п.) [4]. В свою очередь коммуникативное поведение в интернет-пространстве включает в себя переписку по электронной почте, участие в форумах, социальных сетях, использование эмодзи и мемов, а также сетевой этикет. Сущность коммуникация в интернет-пространстве заключается в том, что она позволяет людям общаться и взаимодействовать в виртуальной среде, преодолевая временные и географические ограничения, а также изменяет динамику коммуникации, предоставляя новые возможности для выражения, обмена и восприятия информации.

Основными составляющими коммуникации в интернет-пространстве являются взаимодействие человека с человеком, компьютерные и телекоммуникационные сети или мобильная телефония, текстовая основа общения. Гипертекстуальность, реализация которой заключается в функционировании текста в электронной форме, также является особенностью данного вида коммуникации. Следует также отметить, что современная коммуникация в сети интернет носит преимущественно визуальный характер.

Интернет-коммуникации имеют несколько отличительных особенностей по сравнению с традиционными формами общения, которые затрагивают аспекты временной структуры, пространства, анонимности, визуального контента и алгоритмического влияния.

Определим и остановимся более подробно на некоторых основных аспектах специфики интернет-коммуникаций. Вот некоторые из них:

1. Асинхронность и синхронность. Интернет-коммуникации могут быть как асинхронными, так и синхронными. Асинхронные формы, такие как электронная почта и форумы, позволяют обмениваться сообщениями без необходимости одновременного присутствия участников, а синхронные формы, такие как чаты и видеоконференции, обеспечивают реальное время взаимодействия, аналогично традиционному разговору.

2. Глобальность и доступность. Интернет устраняет географические барьеры, позволяя людям общаться с любого места в мире. Это расширяет возможности для международного общения и культурного обмена, делая коммуникацию более доступной для широкого круга пользователей.

3. Анонимность и псевдонимность. Интернет предоставляет возможность анонимного общения, что может снизить социальные барьеры и позволить людям выражать мысли и чувства, которые они могли бы сдерживать в традиционном общении. Однако это также может привести к негативным явлениям, таким как троллинг и кибербуллинг.

4. Текстовая и визуальная коммуникация. Интернет-коммуникации часто сочетают текстовую и визуальную информацию. Использование эмодзи, мемов, гифок, изображений и видео позволяет передавать эмоции и смыслы, которые трудно выразить словами. Это добавляет новые слои значений и улучшает понимание между участниками общения.

5. Алгоритмическое влияние. Алгоритмы, используемые в социальных сетях и поисковых системах, формируют контент, который видят пользователи, на основе их предыдущего поведения и предпочтений. Это может создавать «пузырь фильтров», где пользователи видят только ту информацию, которая соответствует их взглядам, что влияет на их восприятие мира и коммуникацию.

6. Долговечность и редактируемость. Сообщения в интернете могут сохраняться долгое время и быть доступны для последующего просмотра и анализа. В то же время, многие платформы позволяют редактировать и удалять сообщения, что не всегда возможно в традиционном общении.

7. Массовость и вирулентность. Интернет позволяет быстро распространять информацию среди большого количества людей. Вирусные сообщения и посты могут мгновенно охватывать огромные аудитории, что невозможно в рамках традиционного межличностного общения.

8. Сложность невербальных сигналов. Хотя интернет-коммуникации могут включать визуальные элементы, многие невербальные сигналы, такие как

интонация голоса, жесты и мимика, могут быть утеряны или искажены. Это может привести к неправильному пониманию сообщений и необходимости в дополнительных разъяснениях.

9. Интерактивность и мультимодальность. Интернет предоставляет возможности для интерактивного общения, где пользователи могут активно участвовать в создании и изменении контента. Мультимодальные формы коммуникации объединяют текст, аудио, видео и другие медиаформаты в рамках одного общения.

10. Этические и правовые вопросы. Интернет-коммуникации поднимают специфические этические и правовые вопросы, такие как конфиденциальность данных, авторские права, кибербезопасность и регулирование контента. Эти вопросы требуют новых подходов и решений, чтобы обеспечить безопасное и справедливое использование интернет-технологий.

Эти особенности подчеркивают уникальность интернет-коммуникаций и их влияние на современное общество, требуя новых навыков и стратегий для эффективного взаимодействия в цифровой среде.

Такая составляющая коммуникации в интернет-пространстве как мультимедийность относится к способности использовать различные формы медиа (текст, графика, аудио, видео и другие) для передачи информации и взаимодействия между пользователями. Она играет ключевую роль в создании более насыщенного и интерактивного пользовательского опыта, способствует лучшему восприятию информации благодаря визуальной и звуковой поддержке, а также позволяет адаптировать контент под различные потребности и предпочтения аудитории. Мультимедийные элементы улучшают вовлеченность пользователей и эффективность коммуникации, особенно в условиях дистанционного взаимодействия, таких как онлайн-обучение, видеоконференции и дистанционная работа.

Чтобы понять перспективы развития коммуникаций в интернет-пространстве следует достаточно много знать о новейших тенденциях в

компьютерных, информационно-коммуникационных технологиях и современных разработках в области искусственного интеллекта (ИИ). Искусственный интеллект влияет на коммуникации в интернет-пространстве, изменяя способы взаимодействия людей и технологий. ИИ улучшает процессы обработки информации, автоматизирует анализ и перевод текстов, а также распознавание и синтез речи. Он способствует персонализации систем коммуникации, учитывая индивидуальные потребности пользователей. В корпоративной среде ИИ оптимизирует бизнес-процессы и управление клиентским взаимодействием. Однако его бурное развитие и фактическое применение вызывают вопросы этики и безопасности, связанные с конфиденциальностью данных и этичным использованием технологий [1].

Таким образом, в данной статье были рассмотрены некоторые теоретические аспекты коммуникации и особенности коммуникации и коммуникативного поведения в интернет-пространстве. Взаимодействие и коммуникация в интернет-пространстве оказывает значительное влияние на эмоциональное состояние и психологическое благополучие людей. Это влияние может быть как положительным, так и отрицательным, в зависимости от различных факторов, таких как, например, тип и содержание онлайн-активностей, время, проведенное в сети, и индивидуальные особенности пользователя и др. Интернет изменил характер общения, привнеся новые возможности и вызовы. Понимание этих изменений и их социальных и психологических последствий является ключевым для создания безопасной и поддерживающей онлайн-среды.

Литература:

1. Бессмертный И.А. Системы искусственного интеллекта. – Москва: Юрайт, 2022. – 157 с.
2. Бузыкина Ю.С., Константинов В.В. К вопросу детерминации отношения к проявлениям экстремизма // Перспективы науки. 2013. № 4 (43). С. 14-16.

3. Войкунский А. Интернет – новая область исследований в психологической науке. Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Выпуск 1. – Москва: Смысл, 2002. – С. 82 – 101.
4. Грошев А.М. Особенности процесса коммуникации в обществе: базовые элементы и характерные особенности // Теории и проблемы политических исследований. – 2021. – Том 10. – № 6А. – С. 12-23.
5. Жичкина А. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 165 с.
6. Основы теории коммуникации/ Под ред. М.А. Василика. – Москва: Гардарики, 2003. – 615 с.
7. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – Москва: Рефл-бук, 2009. – 656 с.
8. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
9. Кули Ч. Общественная организация. Тексты по истории социологии XIX – XX веков. – Москва: Наука, 1994. – 381 с.
10. Шарков Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации. – Москва: Дашков и К, 2012. – 583 с.
11. Розина И.Н. Компьютерно-опосредованная коммуникация – от теории к практике. – Ростов-на-Дону: изд-во ИУБиП, 2005. – 242 с.
12. Розина И.Н. Технологии исследования и продвижения компьютерно-опосредованной коммуникации// Educational Technology & Society. – 2007. – № 10(2). – С. 230-244.
13. Усачева А.В. Психологические особенности интернет-коммуникаций// Вестник Университета. – 2014. – № 1. – С. 277 – 281.
14. Walther, Joseph. Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. Communication Research, 1992. – С. 52-90.

References:

1. Bessmertnyj I.A. Sistemy iskusstvennogo intellekta. – Moskva: YUrajt, 2022. – 157 s.

2. Buzykina Yu.S., Konstantinov V.V. K voprosu determinacii otnosheniya k proyavleniyam ekstremizma // Perspektivy nauki. 2013. № 4 (43). S. 14-16.
3. Vojkunskij A. Internet – novaya oblast' issledovaniy v psihologicheskoy nauke. Uchenye zapiski kafedry obshchej psihologii MGU. Vypusk 1. – Moskva: Smysl, 2002. – S. 82 – 101.
4. Groshev A.M. Osobennosti processa kommunikacii v obshchestve: bazovye elementy i harakternye osobennosti // Teorii i problemy politicheskikh issledovaniy. – 2021. – Tom 10. – № 6A. – S. 12-23.
5. Zhichkina A. Sovremennye issledovaniya virtual'noj kommunikacii: problemy, gipotezy, rezul'taty. – Moskva: YUNITI-DANA, 2004. – 165 s.
6. Osnovy teorii kommunikacii/ Pod red. M.A. Vasilika. – Moskva: Gardariki, 2003. – 615 s.
7. Pohepcov G.G. Teoriya kommunikacii. – Moskva: Refl-buk, 2009. – 656 s.
8. Kashkin V.B. Vvedenie v teoriyu kommunikacii. – Voronezh: Izd-vo VGTU, 2000. – 175 s.
9. Kuli CH. Obshchestvennaya organizaciya. Teksty po istorii sociologii XIX – XX vekov. – Moskva: Nauka, 1994. – 381 s.
10. SHarkov F.I. Kommunikologiya: osnovy teorii kommunikacii. – Moskva: Dashkov i K, 2012. – 583 s.
11. Rozina I.N. Komp'yuterno-oposredovannaya kommunikaciya – ot teorii k praktike. – Rostov-na-Donu: izd-vo IUBiP, 2005. – 242 s.
12. Rozina I.N. Tekhnologii issledovaniya i prodvizheniya komp'yuterno-oposredovannoj kommunikacii// Educational Technology & Society. – 2007. – № 10(2). – S. 230-244.
13. Usacheva A.V. Psihologicheskie osobennosti internet-kommunikacij// Vestnik Universiteta. – 2014. – № 1. – S. 277 – 281.
14. Walther, Joseph. Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. Communication Research, 1992. – S. 52-90.