

УДК 304.2 + 304.44 + 316.472.4 + 316.7

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

А.Г. Лаврова

Коммуникация в социальных сетях рассматривается автором как отдельный, специфичный вид интернет-коммуникаций. Выделяются особенности, анализируются механизмы коммуникации в социальных сетях.

Ключевые слова: интернет, коммуникация, интернет-коммуникация, социальные сети, Фейсбук, Google+, YouTube, Твиттер, LinkedIn, Инстаграм, ВКонтакте.

Современное общество характеризуется расширением коммуникативного пространства и появлением нового культурно-технологического феномена – электронной коммуникации, которая сочетает многообразие самых разных информационных потоков. В связи с развитием средств связи, а с конца XX в. и с помощью интернета (рассматриваемого в данном случае как канал коммуникации) коренным образом, качественно и количественно изменилась коммуникация между людьми.

На первый план на сегодняшний день выдвигается электронная коммуникация, которая предоставляет пользователям неограниченные возможности для общения и играет все большую роль в жизни современного общества и современного человека.

В данной статье коммуникация рассматривается как «социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств» [1, с. 17]. Следовательно, электронная коммуникация будет пониматься нами не просто как канал передачи информации, но как новый тип взаимодействия, построенный на совершенно других технологических основаниях, нежели коммуникация традиционная, и, следовательно, имеющая свою специфику [2].

Электронная коммуникация является почти столь же разнообразной, как и «Всемирная паутина» в ее многочисленных проявлениях. Электронные коммуникации можно разделить на несколько видов: телефония, интернет-коммуникации и их я – IP-телефония. В интернет-коммуникации условно выделяют 2 вида: асинхронную (электронная почта (e-mail), интернет-форумы, электронные доски, новостные агрегаторы, списки рассылки (RSS), блоги) и синхронную (мессенджеры быстрых сообщений, чаты, видео-конференции, голосовые конференции) [3]. Социальные сети, на наш взгляд, совмещают возможности как синхронных, так и асинхронных видов электронной коммуникации.

Предметом нашего исследования стал один из новых видов электронной коммуникации – коммуникация в социальных сетях. Согласно широко распространенному определению, социальные сети – это «интерактивные многопользовательские веб-сайты, контент которых наполняется самими участниками сети, представляющие собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общими интересами» [4]. Таким образом, социальные сети являют пример новой социальности, начало и развитие которой происходит на наших глазах.

Статистические данные по количеству пользователей самых крупных социальных сетей за 2015 г. наглядно демонстрируют глубину проникновения и укорененность социальных сетей в нашей повседневности. Так, социальная сеть Фейсбук удерживает первую позицию по популярности среди пользователей – 1,44 млрд активных пользователей в месяц (по данным на март 2015 г.). Социальная сеть Google+ насчитывает около 540 миллионов активных пользователей (по данным на февраль 2015 г.) и продолжает расти быстрыми темпами. Видеохостинг YouTube, ежемесячно посещают более 1 млрд человек. Количество активных пользователей Твиттера – 284 млн человек (по данным на апрель 2015 г.) LinkedIn, значительно отстающая от своих менее «серьезных» конкурентов, имеет около 259 млн активных пользователей (данные на второй квартал 2015). Социальная сеть Инстаграм насчитывает около 300 млн активных пользователей и считается одной из самых быстрорастущих на сегодняшний день за счет ориентации на фотоконтент и крайнего удобства использования на смартфонах [5]. Самая популярная российская социальная сеть – ВКонтакте, имеет около 340 млн зарегистрированных пользователей и ежемесячную аудиторию в 53,6 млн человек (по данным на апрель 2015 г.) [6].

Мы погружены в социальные сети, и коммуникация в них уже стала обыденным процессом. Также, если ранее для входа в социальную сеть нужен был компьютер, то с распространением мобильного Интернета (например, по технологии 3G) социальные сети стали доступны пользователям практически в любое время и в любом месте посредством мобильного телефона.

Коммуникация в социальных сетях осуществляется в основном посредством текстовых сообщений. Специфичным для этого вида коммуникации является ее визуализация: текст может сопровождаться «смайлами» («смайл («smile») – «графическое изображение для передачи эмоций или действия, формируемое с помощью знаков, имеющих на клавиатуре» [7]), картинками, фотографиями, аудио- и видеозаписями и пр. Кроме того, пользователи имеют возможность прикреплять к своим сообщениям ссылки на другие объекты интернет-пространства, создавая таким образом ги-

пертекст. Также в последнее время приобрели широкое распространение интернет-мемы («слова, фразы или картинки и т.д., которые спонтанно приобрели популярность в интернет-среде посредством распространения в Интернете всеми возможными способами» [8]), своего рода сетевой «фольклор».

Столь новый феномен как коммуникация в социальных сетях привлекает внимание исследователей и весьма активно изучается.

Так, Н.Н. Богомолова выделяет некоторые общие особенности общения в процессе электронной коммуникации: опосредованность общения техническими средствами, общение в больших социальных группах, наличие обратной связи. Аудитория, по ее мнению, является массовой, анонимной, разрозненной [9].

Л.Н. Мун указывает на то, что в Интернете могут возникать «коммуникативные сбои» восприятия; он отмечает отсутствие эмоций, сглаженность ответных поведенческих реакций, что приводит к целому ряду трудностей по восприятию собеседника и построению его образа [10].

Также исследователи отмечают искажение многих характеристик коммуникации в социальных сетях по сравнению с непосредственной, оффлайн-коммуникацией. Например, О.А. Гулевич пишет о повышенной вербальной активности, вызванной практически полным исчезновением коммуникативных барьеров и невозможностью общаться молча. Также автор отмечает: разорванность, мозаичность коммуникации (субъекты коммуникации при отсутствии визуальной и слуховой информации совершают короткие и эгоцентрические коммуникативные акты); специфический этикет общения и возникновение нового языка; эмоциональность общения (в попытках восполнить недостаток невербальной коммуникации, пользователи часто пишут сообщения, включающие в себя смайлы, выражающие их эмоциональное состояние во время общения); опыт «потока», характеризуемый погруженностью в деятельность, неоднократной сменой объекта деятельности, чувством удовольствия, потерей ощущения времени, чувством легкости и контроля над ситуацией [11]. По мнению В.А. Чумаковой, в общем виде интернет-коммуникация обладает следующими особенностями: вербальной активностью, разорванностью, специфическим этикетом общения, эмоциональностью, возможностью анонимности [12, с. 452–453].

По результатам исследования [13] авторы делают следующие выводы. Социальные сети меняют стиль общения; приводят к абстрагированию от реальности; общение в социальных сетях является фоновым, часто совмещается с респондентами другими делами; несмотря на комфортность общения в социальных сетях, респондентами отмечается, что общение в реальности имеет более высокий приоритет для них.

Проанализировав эти и некоторые другие работы по заявленной проблематике, можно сделать следующие выводы. Коммуникация в социальных сетях, по нашему мнению, имеет следующие особенности:

1. Пользователи совместно вырабатывают собственный язык (сленг, арго) коммуникации, отвечающий запросам времени и продиктованный спецификой пользования социальной сетью.

2. В текстовых сообщениях активно используются невербальные информационные фрагменты (смайлы, картинки, видео, аудио), происходит креолизация текста, что позволяет не только придавать эмоциональную окраску тексту, но и увеличивает информационную наполненность сообщений.

3. Возможность легкого цитирования, создания гипертекста, при помощи вставки ссылок в тело текста, что позволяет адресанту сообщать большее количество информации, а также повышает чувство принадлежности к группе «своих».

4. Легкость общения – возможность более легкого отказа или выхода из общения нежели при оффлайновом, живом общении.

5. Разорванность во времени – возможность отсроченного ответа на общение.

6. Мультиитредность общения, возможность одновременного частного общения с разными пользователями, либо ведение с одним и тем же пользователем разных диалогов в разных социальных сетях или на разных коммуникационных платформах.

Все вышеназванные особенности описывают коммуникацию в социальных сетях как достаточно сложившийся и структурированный феномен культуры со своей спецификой.

Библиографический список

1. Конечкая, В.П. Социология коммуникации: Учебник / В.П. Конечкая. – М.: Международный ун-т бизнеса и управления, 1997. – 314 с.

2. Расширение коммуникативного пространства: специфика текстов электронных СМИ в сравнении с печатными [Русский филологический портал]. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/kushneruk-07a.htm/>.

3. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А.В. Соколов. – СПб.: Изд-во. Михайлова В. А., 2002. – 461 с.

4. Социальные сети [Компьютерные сети]. – URL: <https://sites.google.com/site/setiuk5maximcom/setevoe-obsenie/budusee-setevogo-obsenia/socialnye-seti/>.

5. Самые популярные социальные сети. Фролова Е. [Про SMM. Скорая помощь в продвижении в социальных сетях]. – URL: <http://www.pro-smm.com/popyarnye-socialnye-seti/>.

6. Социальные сети в России, весна 2015. Цифры, тренды, прогнозы. [Brand Analytics. Аналитика информационного поля бренда]. – URL: <http://brandanalytics.ru/blog/socialnye-seti-v-rossii-vesna-2015-cifry-trendy-prognozy/>.

7. Силаева, В.Л. Интернет как социальный феномен / В.Л. Силаева // Социологические исследования. – 2008. – № 11. – С. 101–107

8. Социальные сети. [Википедия – свободная энциклопедия]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B5%D0%BC/>.

9. Богомолова, Н.Н. Массовая коммуникация и общение / Н.Н. Богомолова. – М.: Прогресс, 1988. – 212 с.

10. Мун, Л.Н. Информационные технологии и гуманитарная культура / Л.Н. Мун // Мир психологии. – 2002. – № 1. – С. 262–272.

11. Гулевич, О.А. Психология коммуникации / О.А. Гулевич. – М., 2008. – С. 78–82.

12. Чумакова, В.А. Психологические особенности интернет-коммуникаций в социальных сетях / В.А. Чумакова // Молодой ученый. – 2013. – № 3. – С. 451–453.

13. Омелянчук, С.Ю. Социальные сети – новый способ коммуникации / С.Ю. Омелянчук, Д.П. Бабичева, М.С. Шевченко, Д.П. Фидирко // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – № 6 (1). – С. 132–140.

[К содержанию](#)