

КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ, КАК СРЕДСТВО СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Кулубекова М.К. Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, г. Томск

Научный руководитель: Орлова В.В. доктор социологических наук, профессор кафедры философии и социологии Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники

В современном понимании под компьютерно-опосредованной коммуникацией понимают процесс человеческой коммуникации через компьютеры. Таким образом, данный вид коммуникации предполагает вовлечение людей в процесс формирования средств информации, направленных на решение различных социальных и коммуникативных задач. Что касается молодежной среды, то компьютерно-опосредованная коммуникация в ней прочно заменила все иные виды коммуникации, и для большинства молодых людей является единственным средством социального взаимодействия.

Ключевые слова: молодежь, интернет, компьютерно-опосредованная коммуникация, социальное взаимодействие.

COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION AS A MEANS OF SOCIAL INTERACTION AMONG YOUNG PEOPLE

Kulubekova M.K

In the modern sense of a computer-mediated communication to understand the process of human communication through computers. Thus, this type of communication that seeks to involve people in the process of formation of the media to address various social and communicative tasks. With regard to youth protection, the computer-mediated communication it firmly replaced all other forms of communication, and for the majority of young people is the only means of social interaction.

Key words: young people, the Internet, computer-mediated communication, social interaction.

Современные информационно-коммуникационные технологии развили Интернет из стадии электронной газеты до стадии уникального поля для самореализации людей и осуществления своеобразных отношений между ними. Как социальное явление, Интернет охватывает все сферы жизни человека и становится соперничающей силой телевидению и журналистике с точки зрения получения быстрой информации. Его конкурентоспособность на фоне прессы и телевидения определяется главным образом тем, что последние работают в одностороннем порядке, то есть люди получающие информацию при помощи СМИ играют пассивную роль.

Однако также, как и на прессу или теле-радиовещание на Интернет действует давление рынка пользователей и рекламодателей. Кроме того, в Интернете сходным образом происходит формирование культурного и коммерческого полюсов.

Особенностью Интернета, как средства компьютерно-опосредованной коммуникации является тот факт, что он слабо контролируем, так как над Всемирной Паутиной нет власти государственной цензуры, в отличие от иных СМИ. Однако следует учитывать такой

отрицательный фактор развития Интернета, как то, что в обществе традиционно считается: информация в привычные СМИ поступает из более достоверных источников, нежели сведения, выносимые в Интернет.

В Интернете отсутствует стандартизация культуры, как в прессе и на телевидении, и в большей степени предусмотрено проявление инициатив. В связи с этим, Интернет играет огромную роль в формировании массового сознания, в частности, он вполне в состоянии заменить прессу и телевидение. В настоящее время огромное число молодёжи, активно использующей Сеть, отказываются от просмотра телевидения, аргументируя это тем, что в официальных СМИ им пытаются навязать чужое официозное мнение.

Также фундаментальным признаком Интернета является то, что он полностью стирает расстояние между интеллектуалами и людьми массы, оставляя эти две группы коммуникантов без посредников. Данное обстоятельство несёт и отрицательные и положительные моменты, а именно: в Интернете интеллектуалы могут быть как услышанными, так и затоптанными стереотипами массового сознания. Помимо этого, Интернет позволяет объединять людей в социальные сети, такие как «в контакте» или «одноклассники», помогая собрать в одном месте всех знакомых человека и оперативно следить за их жизнью. Ранее подобное не представлялось возможным, таким образом интернет сокращает тысячи километров до нуля.[1]

Система компьютерно-опосредованной коммуникации в Интернете представляет собой людей – социальных агентов, взаимосвязанных посредством сервисов Сети. Социальные агенты в Интернете занимают положения относительно друг друга, в зависимости от своих статусов, при этом статусы, утвердившиеся в реальной жизни могут кардинально отличаться от тех, что устанавливаются в Интернете.

Социальное поведение индивидов в Интернете, например на форумах или в социальных сетях характеризуется тем, что человек одновременно становится более откровенен с иными коммуникантами, и в тоже время приукрашает себя в различных аспектах жизни, отчасти сознательно, отчасти бессознательно. Также следует отметить, что особенностью коммуникации в Интернете является то, что общение в виртуальном мире выходит за его рамки и превращается в реальное, при этом люди одновременно становятся и ближе и дальше друг от друга. Сокращение расстояния происходит в тех случаях, когда Интернет помогает людям, не взирая на физическое расстояние или состояние здоровья взаимодействовать между собой, однако при этом, люди зачастую предпочитают общение в Сети личным встречам или телефонным звонкам.

В отличие от привычных форм получения информации, таких, как пресса или телевидение, Интернет характеризуется тем, что позволяет получать информацию наиболее точно, оперативно, а также в том объёме, который требуется. Отрицательной стороной

глобального информационного поля Интернета является то, что при обилии информации, поиск нужных сведений может быть затруднен.

Определенный интерес представляет и то, что Интернет, как социальное явление, в значительной степени увеличивает разрыв между поколениями людей. Социум, развиваясь, достаточно быстро меняется, и эти изменения отражаются в частом «накатывании» новых волн медиа-продукции, в частности, объемы информации резко увеличиваются, на освоение и присвоение классических культурных образцов родителей у детей не остается времени и ресурсов. Социальные фильтры в большей степени настроены на знакомство с новыми ценностями, при этом, ни один из новых культурных продуктов не успевает занять устойчивое положение.

Интернет обуславливает фрагментацию культуры, выражающуюся в том, что из появившихся за последние два десятилетия продуктов культуры, далеко не все успевают быть увиденными и услышанными большинством социальной группы. Данный факт нарушает условия формирования культурного кода, то есть единой совокупности ценностей и норм в социуме, и соответственно ведет к его разобщению. Такая тенденция, возникшая с распространением Интернета, приводит к утрате единого языка культурных символов, на котором строится взаимопонимание разных поколений.

На основании этого следует отметить, что при появлении новых способов компьютерно-опосредованной коммуникации, новых типов медиа-контента, увеличении числа и разнообразия художественных произведений сокращаются основания для построения символической коммуникации и отсылок к единому культурному миру. Вследствие этого, усиливается разрыв между поколениями, и углубляются противоречия между различными социальными группами. Таким образом, при становлении компьютерно-опосредованной коммуникации, возможность коммуникации на основе общих принципов и норм, то есть на основе общих культурных кодов, существенно затрудняется.

Развитие компьютерно-опосредованной коммуникации и вызванные в связи с ее появлением изменения в жизни социума и отдельного индивида обусловили значимость осмысления коммуникативной культуры в условиях компьютерно-опосредованной коммуникации как социально-культурного феномена.

С развитием технологий, изменениями в социальной, политической, экономической сферах жизни социума, трансформаций культурных ценностей, претерпела специфика коммуникаций в их формальном, содержательном и техническом аспектах. Попытки осмысления коммуникативной культуры личности в современных условиях нашли отражение в научных работах В.Б. Кашкина, Ф.И. Шаркова, В.П. Конечкой, А.В. Соколова. Однако несмотря на это, сфера, обозначаемая понятием «коммуникативная культура»,

остаётся достаточно неопределённой, в связи с чем возникает необходимость его уточнения. Данный термин соотносится как с понятием «культура», так и с понятием «коммуникация».

Коммуникативная культура в большинстве случаев рассматривается в трёх аспектах. В частности, при противопоставлении культуры природе, коммуникативная культура может быть определена как частный случай коммуникации. При анализе понятия культуры как системообразующего и интегрирующего общества фактора, то можно отметить равенство понятий «культура» и «коммуникативная культура». В отраслевом аспекте коммуникативная культура представляет собой совокупность норм поведения, характерных для конкретной социальной группы.

При этом научное содержание термина «коммуникативная культура» обусловлено смысловым содержанием термина «коммуникация».[2]

В научной литературе понятие «коммуникация», как объект научных изысканий, зачастую осмыслено в следующих значениях:

- Связь или соединение;
- Взаимодействие между людьми;
- Общение;
- Информационный аспект общения.

При использовании термина «коммуникация» в любом из этих значений коммуникативная культура приближается по смыслу к понятию культуры как таковой, в силу того, что культура также является фактором, интегрирующим общество.

Проблемы коммуникации зачастую рассматриваются с позиций субъектов взаимодействия, каковыми могут являться отдельные люди, социальные институты, учреждения или организации. «Социальное» и «культурное» начала в данном ключе рассматриваются как взаимообусловленные аспекты изучения общественных явлений, а личность человека определяется как элемент субкультуры и носитель групповых ценностей своей социальной группы.

На элементарном уровне межличностного общения коммуникация является частным случаем взаимодействия в отношениях «человек – человек».

В информационном аспекте рассмотрения понятия коммуникации и компьютерно-опосредованной коммуникации, её можно определить, как процесс обмена информацией или процесс её передачи. Информационный аспект является наиболее важным, в силу того, что в современную эпоху тотальной информатизации общества личность человека формируется под воздействием системы коммуникаций, и не последнюю роль в данном процессе играет компьютерно-опосредованная коммуникация. Причём ключевая роль компьютерно-опосредованной коммуникации в современном обществе заключается в социализации

личности посредством обмена и передачи информации. Социализация личности, в свою очередь, приводит к становлению коммуникативных качеств человека.

Коммуникативная личность должна обладать умением выбора коммуникативного кода, обеспечивающего целенаправленную передачу информации в конкретной ситуации и адекватное ее восприятие. Учитывая собственную коммуникативную компетенцию, определяя тактику коммуникативного поведения, на основании жизненного и социального опыта коммуникативная личность формирует свою коммуникативную культуру. Следует отметить, что формирование коммуникативной культуры при компьютерно-опосредованной коммуникации может быть существенно затруднено. Главными «затрудняющими» факторами являются равенство статусов при компьютерно-опосредованной коммуникации, отсутствие личностного контакта, невозможность проверки личных сведений друг о друге, возможность прекратить общение в любой момент и анонимность. В связи с этим, можно сказать, что компьютерно-опосредованная коммуникация негативно сказывается на формировании коммуникативной культуры личности в процессе взросления, так как значительно сокращает опыт личностного общения. Однако нельзя упускать из виду тот факт, что теряя в «качестве» общения, личность современного молодого человека приобретает в «количестве», в частности, компьютерно-опосредованная коммуникация позволяет поддерживать весьма близкий контакт с большим количеством людей, или с людьми находящимися на дальних расстояниях, что невозможно в условиях личной коммуникации.

Список литературы

1. Boyd D.M., Ellison N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007. № 13 (1). Article, Режим доступа: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
2. Carvalho A.A., Aguiar C., Maciel R. A Taxonomy of Podcasts and its Application to Higher Education // *Proceedings of ALT-C 2009 "In Dreams Begins Responsibility"*. Manchester, 2009. P. 132–140.
3. Кондрашов П.Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект : дис. ... канд. филол. н аук: 10.02.19 . Краснодар, 2004 ; Вавилова Е.Н. Жанровая классификация дискурса телеконференций Фидонет: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Том. гос. ун-т. Томск, 2001.
4. Barnes S. *Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication Across the Internet*. Boston, 2002; Herring S. *Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior* // S. A. Barab, R.
5. Назаров М.М. *Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований*. – М., 2002. – С. 11-13.