

Жукова Екатерина Романовна

магистрант

Кривко Ирина Петровна

канд. филол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

г. Курск, Курская область

ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

***Аннотация:** статья раскрывает вопросы взаимодействия в процессе интернет-коммуникации в социальных сетях. Авторы уделяют внимание таким понятиям, как «медиадискурс», «социальная сеть», «речевое и неречевое манипулирование». В работе приводится и анализируется теоретическая база для исследования специфики процессов взаимодействия в медиапространстве. Авторы детально описывают виды, принципы функционирования, типы и формы воздействия в социальных сетях.*

***Ключевые слова:** интернет-коммуникация, социальные сети, дискурс, речевая коммуникация, неречевая коммуникация.*

Большинство современных людей подвержены влиянию дискурса средств массовой информации, поэтому в настоящее время важность СМИ неоспорима. Об этом свидетельствует тот факт, что для многих социальных групп средства массовой информации и социальные сети заменили прежние институты (например, такие как церковь или профессиональные союзы) и стали основным источником восприятия и понимания мира. С социальной и политической точки зрения в современных демократических странах средства массовой информации реализуют функцию общественного форума, то есть создают пространство для виртуального массового собрания, дискуссии, общественных выступлений.

Интернет представляет собой особую реальность, в рамках которой происходит коммуникация индивидуумов, групп, профессиональных сообществ и т. д. Актуальность изучения интернет-коммуникации обусловлена тем, что общение в сети имеет специфические черты, отличные от «общения» в классическом понимании данного термина. По мнению современных исследователей, интернет-коммуникация является наиболее распространенной формой взаимодействия, особенно в молодежной среде. Важной характеристикой общения в Интернете является то, что оно приобрело глобальный, мультинациональный характер, с одной стороны, но в то же время данное взаимодействие интенсифицирует развитие индивидуализма, поскольку Интернет обеспечивает широкий выбор различных взглядов, мнений, идей, информации, предоставляемых конкретному пользователю. Интерактивность и отсутствие иерархичных связей способствуют появлению новых способов взаимодействия, новых видов общественных отношений и организационных структур. Данные тенденции говорят о новизне и актуальности изучения вопросов интернет коммуникации в социальных сетях.

В процессе взаимодействия и коммуникации в виртуальном социальном пространстве появляется понятие «медиадискурса», требующего детального рассмотрения и изучения.

Изначально термин *дискурс* означал речь, и его также рассматривали как синоним термину «текст»; то есть данные явления отождествлялись и считались равнозначными [2, с. 51]. Впервые разграничил эти понятия нидерландский лингвист Т.А. ван Дейк в своей работе «Стратегии понимания связного текста». Ученый в качестве главного отличия понятий *дискурс* и *текст* называет природу их функционирования. Текст рассматривается как статическое явление, а дискурс – как явление динамическое.

А.Ю. Попов выделяет следующие отличительные черты: дискурс динамичен и спонтанен, в то время как текст является явлением «упорядоченным, каноничным по форме изложения».

Для нашего исследования актуальным является понятие медиадискурса, его возникновение связано с новыми тенденциями глобализации, а также интернационализации, развитием новых технологий коммуникации в мире. Благодаря трудам и исследованиям Т.Г. Добросклонской понятие медиадискурса закрепилось в науке. Вслед за ней мы будем считать, что «медиадискурс – это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [3, с. 152].

Медиадискурс в основном реализуется в медиапространстве. Медиапространство включает в себя субъекты сферы СМИ, а также транслируемые ими тексты и воспринимающие эти тексты коллективного адресата – массовую аудиторию. Медиадискурс представляет собой вербальный или невербальный связанный между собой текст, взятый в событийном аспекте и отражающий сознание субъектов коммуникации. Медиадискурс наиболее широко представлен в социальных сетях, где происходит интенсивная коммуникация.

Социальная сеть – это система, состоящая из совокупности узлов, которыми являются социальные объекты и связей между ними (общественные взаимодействия, взаимовлияния).

В настоящее время социальная сеть обеспечивает коммуникацию ее участников. В частности, данная функция включает в себя – установление контактов, информационный обмен, сотрудничество и сотворчество для достижения единых целей. Наряду с коммуникацией социальные сети обладают информационной функцией. Участники могут выступать как в качестве адресанта, так и в качестве адресата. Социальные сети социализируют, информируют, формируют идентичность, развлекают. Невозможно представить современную реальность без данного явления, поскольку, большая часть повседневной коммуникации происходит в сетях, в которых взаимодействие связано с участниками и их личными профилями (Instagram, ВКонтакте, Facebook, Telegram, LinkedIn). Также существуют сети, в которых наибольшее значение имеют не участники

коммуникации, а связи, в основе которых лежат цифровые объекты – статьи программы, видеозаписи (Википедия, Pinterest и др.).

Термин «социальная сеть» впервые был сформулирован Джеймсом Барнсом в его работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе» (1954) [6]. Он описывал это явление как «круг знакомых человека и социальных связей между этими людьми». В настоящее время определение трансформировалось, так как современные социальные сети характеризуются еще и общением с незнакомыми нам людьми.

Социальная сеть учеными рассматривается как система, которая имеет свой обязательный функционал:

- возможность создания собственного профиля с указанием личной информации (имя, семейный статус, интересы и пр.);
- возможность взаимодействия пользователей (посредством просмотра профилей друг друга, внутренней почты, комментариев и пр.);
- возможность достижения совместной цели путем кооперации (например, поиск новых друзей, ведение группового блога и пр.);
- возможность обмена некоторыми ресурсами (к примеру, информацией);
- возможность удовлетворения потребностей за счет накопления ресурсов.

Что касается функций социальной сети, то выделяют следующие функции:

- коммуникационная. Участники социальной сети устанавливают контакты, совершают обмен информацией и объединяются для достижения общих целей;
- информационная;
- социализирующая;
- самопрезентация;
- идентификационная. Пользователь указывает информацию о себе – имя, дата рождения, семейный статус и т. д.;
- формирование идентичности.
- развлекательная. Обмен фотографиями, видео, музыкой и т. д.

Согласно американскому социологу Ирвингу Гофману, социальные взаимодействия включают в себя большое количество моделей поведения, основными из которых выделяют следующие:

1. Обмен – один из самых распространенных типов социального взаимодействия. Всякий раз, когда люди взаимодействуют, они прилагают усилия, чтобы получить вознаграждение или поощрение за свои действия. Наличие вознаграждения свидетельствует о произошедшем обмене. Вознаграждение может быть как материальным, так и нематериальным (благодарность от коллеги или, в случае социальных сетей, «лайк» от подписчика за ценную и интересную публикацию).

2. Конкуренция – это процесс, в ходе которого человек или группа людей ведут борьбу за овладение ценностями или ресурсами, запасы которых ограничены и неравным образом распределены между индивидами или группами.

Конкуренция является общей чертой западных обществ и краеугольным камнем капиталистической экономической системы и демократической формы правления. Большинство социологов рассматривают конкуренцию как нечто позитивное, как нечто, что может мотивировать людей на достижение целей. Однако конкуренция также может привести к психологическому стрессу, отсутствию сотрудничества в социальных отношениях, неравенству и конфликту.

3. Сотрудничество – процесс, в котором люди работают сообща для достижения общих целей. Данный социальный процесс заключается в том, что ни одна из сотрудничающих сторон не может выполнить свои задачи и достичь своих целей без взаимодействия со всеми участниками данного процесса.

4. Конфликт – это высшая стадия противоречий, которая может возникнуть между людьми или социальными группами. Как правило, данное столкновение основано на противоположно направленных целях или интересах сторон конфликта [8].

Несмотря на то, что данные форма взаимодействия были описаны задолго до появления социальных сетей в интернет-пространстве, тем не менее эта

классификация релевантна и по отношению к коммуникации в онлайн среде. Что касается специфических типов воздействия в социальных сетях в Интернете, то здесь можно выделить следующие:

1. Психологическое давление, которое заключается в постоянном повторении контента в социальной сети:

- ссылки на авторитетов и лидеров мнений;
- манипуляция цифрами и фактами;
- подбор эмоционально окрашенного контента.

2. Постепенное и планомерное проникновение в сознание пользователей через распространение контента.

3. Скрытое нарушение и искажение законов логики заключается в подмене понятий, ложной аналогии, подмене причины следствием и т. д.

Таким образом, воздействие социальных сетей заключается не в самом описании события, а в том, как это событие подаётся и воспринимается аудиторией. Другими словами, воздействие в социальных сетях как положительное, так и негативное, является особо важным и востребованным направлением исследований. Воздействие делится на несколько видов, характеризующих его с разных сторон. Социальные сети, в которых реализуется воздействие, являются мощным инструментом формирования общественного мнения. В настоящее время общественное мнение подвергается различного рода манипуляциям со стороны средств массовой информации. Под манипуляцией в данном случае подразумевается преднамеренное искажение информации с целью скрытого управления людьми.

Манипуляция человеческим сознанием может осуществляться за счёт различных средств, в том числе и за счёт языка. Понятие манипуляции имеет ряд определений в различных источниках. По мнению ряда ученых речевая манипуляция – речевое воздействие, направленное на скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий; как скрытое внедрение в его сознание желаний, отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправи-

теля сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата. Задача речевой манипуляции – склонить того, на кого направлена воздействие к тому, чтобы он признал определенные идеи за истину, не учитывая весь спектр уже имеющихся на момент высказывания аргументов.

Когда речь заходит о манипулировании, мы должны подразумевать, что манипуляция не является объективным толкованием реальности, а вариантом ее субъективной интерпретации. Г. Шиллер утверждает, что «для достижения наибольшего успеха манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно. Короче говоря, для манипуляции требуется фальшивая действительность, в которой ее присутствие не будет ощущаться».

Другим важным аспектом коммуникации являются невербальные или неречевые средства, используемые для эффективного манипулирования. Р. Бердвистелл выделил особую область исследования – кинесику, занимающуюся изучением телодвижений (жестов, мимики), применяемых в процессе человеческого взаимодействия (за исключением движений речевого аппарата).

Манипуляция как один из видов воздействия особенно успешна, когда манипулятор воздействует на чувства адресата, вызывает у него соответствующие эмоции. Когда мы кем-то манипулируем, мы пытаемся вызвать у человека определенную эмоцию, и чем более искусен манипулятор, тем более подходящие методы он выберет, чтобы вызвать определенную эмоцию у адресата, побуждающую его совершить желаемые действия.

Говоря о коммуникации в социальных сетях в виртуальном пространстве, мы должны обратить внимание на тот факт, что в основном участники взаимодействия реализуют коммуникацию не благодаря прямому контакту одной языковой личности с другой, а благодаря общению посредством неречевых знаковых систем. Такие невербальные средства, как «эмоджи», «смайлики», GIF-анимации, демотиваторы отвечают за эмоциональный компонент коммуникации, с их помощью реализуется воздействие на адресата. Е.Д. Боева отмечает,

что от того, какими средствами и насколько адекватно осуществляется передача чувств и эмоций, может повышаться или ослабляться информативность и прагматичность коммуникации [1].

Таким образом, интернет-коммуникация наряду с общими характеристиками, типичными для любой другой формы коммуникации, имеет и ряд особенностей. К ним можно отнести отдельное понятие «медиадискурса», специфику функционирования социальных сетей, подразумевающих серьезное давление на адресата путем повторения контента, манипуляцию сознанием индивидуумов, особые принципы функционирования социальных сетей в интернет-пространстве.

В заключение важно отметить, что интернет-коммуникация в социальных сетях обладает рядом особенностей, вызванных спецификой виртуального пространства. На сегодняшний день Интернет представляет собой уникальный феномен, образующий актуальную познавательную систему, новый комплекс ценностных ориентиров. Также важно обозначить, что коммуникация в данном новом пространстве не теряет своего значения, а наоборот, расширяет возможности, предлагая различные формы взаимодействия в различных областях социальной деятельности.

Список литературы

1. Боева Е.Д. Когнитивная паралингвистика / Е.Д. Боева. – Анапа, 2005. – 402 с.
2. Бочарникова Е.А. О соотношении понятий «текст» и «дискурс» в лингвистике / Е.А. Бочарникова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2010. – №1 (5), ч. 1. – С. 50–52.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т.Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – С. 152.

-
4. Куликова А.В. Особенности интернет-коммуникаций / А.В. Куликова // Социология и социальная работа. Серия: Социальные науки. – 2012. – №4 (28). – С. 19–24.
 5. Чванов М.С. Развитие социальных сетей и их интеграция в систему образования России / М.С. Чванов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-evolyutsiya-struktura-analiz.Cyberleninka>
 6. Шахмартова О.М. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности / О.М. Шахмартова, Е.Ю. Болтага // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2011. – №24. – С. 1002–1008.
 7. Шемелина Ю.В. Лингвокогнитивные аспекты новостных текстов: на материале британской качественной прессы: дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки» / Ю.В. Шемелина. – Архангельск, 2008. – 193 с.
 8. Stephen Harold Riggins, Beyond Goffman: studies on communication, institution, and social interaction, Berlin; New York: Mouton; de Gruyter, 1990, 473.