

Статья. Виртуальные коммуникации с иллюстрациями на примерах видео-платформ.

Virtual Communications

The article devoted to the investigation of virtual communications as a social phenomenon and its impact on the lives of today's teenagers, the advantages and disadvantages of social sides of virtual communication.

Key words: consumer society, globalization, teenagers, cult of "accessibility", virtual life, Internet.

Статья посвящена изучению виртуальных коммуникаций как социального феномена и его воздействия на жизнь современной молодежи, определены не только положительные, но и негативные стороны виртуального общения.

Ключевые слова: общество потребления, глобализация, молодежь, культ «общедоступности», виртуальная жизнь, Интернет.

Сложно представить, что еще 20 лет назад человечество достигнет столь мощного, безграничного, всепоглощающего пространства, где возможно любое действие и открыты множество закодированных файлов несущие в себе терабайты информации. Все - доступность, решающий фактор такого феномена как Интернет. Сеть - где миллиарды людей, культур, субкультур, наций сталкиваются вместе 24 часа в сутки. Они могут спорить, соглашаться, обсуждать и меняться информацией изо дня в день не видя друг друга (если это первая «встреча»), не слыша, но при этом ощущая присутствие строчкой: "user is typing...". Реальность больше не кажется такой заманчивой и интересной как та, что находится за границей экранов наших смартфонов и мониторов компьютеров. К тому же, появилась непосредственное «перенесение» человека в лабиринты виртуальной реальности (пока ограниченные программным кодом), такая технология называется **VR** ('**Virtual Reality**'). С собой она представляет специальные очки и пульта, при надевании и взятии, которых создающие те условия какие были заложены создателями, например необитаемый остров с возможностью постройки собственного плота (как выхода из «игры») и неограниченными действиями (от расколки кокоса и лазанием по пальмам, до охоты на диких зверей или поиском сокровищ). Все эти действия вы можете выполнять со своими друзьями или же совершенно незнакомыми людьми, момент коммуникации будет проходить через голосовое сопровождение, которые могут использовать все члены группы. Такой подход к общению является одним из способов взаимодействия пользователей в сугубо игровой форме, где мы не видим ни лиц, ни жестикуляций партнеров по игре.

Поэтому стоит обозначить «**виртуальную реальность**» – как реальность отличающиеся от действительности физического мира, состоящая из нематериальных структур и объектов, заключенные в границах программного кода. Это одна из многих граней виртуального пространства, но в данной работе нас больше интересует виртуальные коммуникации – как отношений между отправителем и получателем.

Виртуальная коммуникация – это процесс общения с удаленным партнером или группой лиц, ограниченные смартфоном или же компьютером, закованные в рамки графического интерактивного общения (зачастую визуализации мыслей) [6].

М.Б. Бергельсон выделяет следующие характеристики виртуальной коммуникации как:

- интерактивность;
- доступность;
- мировой, охватывающий характер;
- анонимность членов беседы;
- широкий спектр возможностей создания вымышленной личности;
- размытость социальной иерархии и отсутствие нравственных и духовных ограничений [1, с.6].

Все эти характеристики выливаются в обособленные виртуальные коммуникационные технологии, которые несут в себе несколько очень важных функций (возможностей). В первую очередь это функция *удовлетворения потребности* в информации, они могут складываться из простейшего поиска материала для работ или собственных интересов, до нелегального и запрещенного «контента», под названием “Dark Net”. Следующие две, оказываются наиболее важными, это *представительная* (репрезентивная) и *коммуникативная* функция, в первой имеющую сугубо социально необходимую задачу, во второй же, показательно-демонстративную, для поднятия собственной самооценки или *самоутверждения* (саморепрезентативная функция). Они выливаются в виде фотографии, статей («постов») и сопровождающие их комментарии пользователей сети. Последняя функция, но не мало важная, это *аффективная* функция – выявляется в обобщении по средствам удаленной коммуникации, с эмоциональной окраской, влияющей на психологический фон коммуникантов [4, с.132].

С процессом глобализации, к обществу пришла необходимость межкультурного общения. Путем взаимодействия представителей разных этносов и народов, произошло создание новых форм и элементов культуры, которые не отодвигают прежнее разнообразие укладов жизни людей, а только преобразуют, становясь их постоянным элементом.

Во всех сферах человеческой жизни, от политики, искусства до экономики и туризма, отчетливо проглядываются элементы единой глобальной культуры. В мире средств массовой информации, идет активное транслирование культур и их ценностей путем воздействия на аудиторию в виде блогов (как письменно, так и визуально, например платформа Youtube), интернет порталов, аудио-подкастов и трансляций (Twitch). Здесь стоит остановиться на всем известном сайте, Youtube. На данный момент он является ярчайшим представителем культур и общества в целом, транслируемое через призму видеоблогерства – не только как культура общедоступности, но и как культура личности. Там весь механизм коммуникации строится на общении между «ютьюбером» и его аудиторией, путем передачи информации через видео и комментарии, оставляемые зрителями. «Ведущий» может воздействовать на своих зрителей всеми доступными средствами, чтобы вызвать ту реакцию и отдачу, позволяющую зацепить интерес смотрящего.

Это может выливаться в активной или несвойственной для той или иной ситуаций жестикующий, тембром голоса и соотносящимся с ним внешним обликом говорящего (девушка с низким голосом или милый парень с хрипотцой или заиканием), любой внешний дефект, броское оформление видео и музыкальное сопровождение. Чтобы создать видимость 4-ой стены, ведущий ролика спрашивает зрителей о мнении или провоцирует на дополнительные действия в сети, такие как комментарии, подписка и поддержка, распространением «образа личности» на другие платформы.

Здесь же *культ общедоступности*, появляется не случайно. Он представляет собой иллюзию погружения в жизнь другого человека, представление себя на его месте и поклонение его предрассудкам и стилю жизни. Поклонники того или иного блогера, представляют собой новейшую субкультуру 21-века, имея ядром своих мыслей личность кумира. Они общаются с помощью цитирования или шуток отсылающие к творчеству создателя, это порой агрессивное, подавляющее общение в узком кругу поклонников.

Проблема культуры общедоступности заключается в его небезопасности и простоты. Для полноценной коммуникации нам необходимо постоянное обновление наших персональных данных, в целях привлечения внимания друзей или посторонних посетителей «страницы». Тем самым мы можем вызывать на контакт совершенно незнакомым людям, которые могут не только причинить вред данным, но и самому распространителю информации.

Говоря об интернет пользователях, важно затронуть сам механизм отправления и получения сообщений коммуникаторами. Согласно анализу А.Б. Баранова, модель виртуального коммуникационного общения состоит из таких частей как: ядро, круг первого, второго порядка и виртуальное пространство сети. Начнем с *ядра*, оно является посетителями сети, полностью погруженные в виртуальное пространство, которое состоит из других пользователей, чьи действия (общение между собой) поддерживают и развивают функциональные данные сети. Ядро окружает самый ближайший к нему круг – *первого порядка*. На этой волне располагаются те пользователи, отношения которых имеют интимно-доверительный характер (близкие друзья и родственники). После близкого круга первого порядка идет, *второй* и самый дальний от ядра. Здесь уже находятся те пользователи, общение которых сводится только к социально-деловым (преподаватели или коллеги по работе). Само ядро и все его уровни входят в единое *виртуальное пространство сети*, представляющее собой кибер-пространство, наполненное многочисленными пользователями интернета, которые создают, обогащают и сохраняют функционирование сети [2, с. 109].

Исходя из выше сказанного, виртуальные коммуникации невозможны без двух собеседников, информацию которых, можно переносить как письменный диалог или же диалог через призму камеры, подчеркивая тем самым, виртуальность процесса. За мониторами коммуникаторы ощущают себя в безопасности, что выливается в агрессивности и провокационности части выливаемой информации. Подача такой информации может происходить в разных формах. Одной из самых распространенных является, конечно же, комментарии либо просто быстрое сообщение в «диалогом окне». Из-за отсутствия грамматических и лексических фильтров, они чаще всего пишутся с ошибками или же с допущением стилистических упрощений. Речь коммуникаторов становится более сухой и краткой, а все эмоциональные обороты, представляются в виде смайликов, “emoji” или “gif” картинок.

Неотвратимость влияния массовой культуры на существование и развитие молодежной культуры создает такую неотделимую часть современной культуры подростков, как ориентация на досуг и потребление. Если в первой части мы обсудили как сегодня представляется досуг молодежи, то про потребление стоит упомянуть отдельно. Именно в обыденном представлении само понятие подростков (“teenagers”) и подростковой (молодежной) культуры ассоциируется с досугом и времяпрепровождением на нем.

По мнению В.А. Бобахова, досуг является своего рода «площадкой» для реализации самостоятельной деятельности, руководства и организации чужой деятельности в молодежной культуре. В виртуальной коммуникации досуг выступает не только как сфера для общения, но и как социальная игра [3, с.58]. В досуге происходит основная сфера жизнедеятельности и от степени удовлетворенности им, повышается и удовлетворенность собственной жизнью подростка. Если мы начнем рассуждать о пути распространении индустрии досуга, то придем к выводу, что досуг не связанный с потреблением, в сегодняшние дни, обретает непривлекательную форму, а отсутствие обильных денежных средств, причиной невозможности модного и интересного свободного времяпрепровождения. Существовая в **постиндустриальном обществе**, главной целью жизни многих подростков становится демонстрация своего социального статуса и дохода, а также желанных предметов роскоши, покупка которых стимулируется через масс-медиа пространство. Характеристика культуры «поколения V» невозможна без главного аспекта формирования личности как единицы постиндустриального общества, без осознания того влияния которое оказывает повсеместная компьютеризация и распространение техники. Именно переход от простых телефонов к смартфонам является отправной точкой к формированию того виртуального общения, в котором нынешний социум сосуществует.

Подчеркивая сказанное, можно представить молодежный досуг (порой и взрослый) как своеобразная форма состоящая из свободы от ответственности и обязанностей перед обществом и институтом семьи, связанная с избеганием от семейно-бытовых задач и социальной реализации, как о площадке для самореализации и самоидентификации. Если поколение конца 20-ого века, относится с опасением к фрагментарности глобальной культуры, то более молодое поколение уже влилось в волну глобализации, то последние поколения впитывают элементы глобальной культуры с младенчества.

В любом виде коммуникации есть как положительные, так и негативные стороны влияющие на развитие социума. К положительным сторонам виртуального общения относится важная психологическая роль «адресата информации». В некоторых ситуациях, он может сыграть роль психолога, выслушав проблему и дав совет, неопытному или стеснительному пользователю сети. Такой обмен информации способствует снятию негатива и стресса, образует дополнительный круг собеседников («наблюдателей») со своим мировоззрением и восприятием реальности, что приводит к дополнительному мнению и развитию поставленной проблемы.

Порой, принимая ту или иную роль участия в виртуальном пространстве, мы незаметно сами становимся теми, кем нас представляют наши оппоненты по разговору, примеряя на себя разные образы. В данном контексте, это может развить внутреннее «Я» индивида или раскрыть в нем, творчески и профессиональный потенциал. Анонимность действий «зрителей» позволяет получить объективную оценку произведениям и работе.

Виртуальные коммуникации также обеспечивают прямой контакт с труднодоступными частями света, что позволяет общаться с реальными друзьями на больших расстояниях. А постоянное хранение информации в глобальной сети, позволяет найти данные давно потерянных контактов, тех же друзей или родственников. Еще одним немаловажным плюсом, возможностей виртуальной реальности, является успешная социализация подрастающей молодежи, как в виртуальном общественном пространстве, так и в реальном – путем предварительного «обыгрывания» конкретной социальной роли в виртуальной реальности. На данный момент одной из самых популярных социальных ролей является «блоггерство», в котором тот или иной индивид может попробовать реализовать себя как фотограф, журналист, модель, певец, комик и т.д. В основном, возможные «образы», ограничиваются сферой развлечения или же политики.

Активное использование виртуальных коммуникации особенно характерно, для молодых людей, в чьей реальной жизни, присутствует личностный кризис, разлады в семейных, личных отношениях или же недостаток межличностного общения. Такие пользователи используют Интернет, как доступную альтернативу существующей реальности, которая их чем-то не устраивает и окружению, которые они хотят заменить. Виртуальный мир прекрасен для доверительных, товарищеских отношений без требований дружбы. Стоит отметить, что любой постоянный разлад в реальности, приводит к пристрастию виртуального общения, а потом к прямой зависимости. Зависимость, в свою очередь, почти невозможно устранить без психологического воздействия.

Одна из важнейших достоинств виртуальной коммуникации, это возможность «быть услышанным и выслушанным». Как говорилось ранее, нынешнее интернет сообщество всегда делилось на говорящих и их аудиторию. Поэтому можно утверждать, что виртуальная коммуникация дает определенный старт для развития личности каждого индивида участвующего в этих отношениях.

Нельзя не усомниться, что интернет 21-ого века перерос из способа получения информации (ведь, изначально он предполагался как электронное хранилище книг и документов с всемирным доступом), в способ самореализации путем манипуляции менее активного, подавляемого, легко поддающегося воздействию публики (сторонних наблюдателей).

Параллельный мир под названием интернет, больше становится сценой для массовки и актеров, а новейшие технологии позволяют не только «быть услышанным», но и «увиденным» (камеры с захватом изображения, с прямой передачей в онлайн-трансляцию). Взаимодействие в виртуальном пространстве, становится главным способом общения молодежи, заменив стандартные звонки по телефону или же встречами в живую, тем самым приводя к тем негативным последствиям, которые мы наблюдаем уже несколько лет [5, с. 85].

Сокращение живого общения, ведет к обострению проблемы взаимодействия с другими социальными слоями и близким окружением, что негативно сказывается на психологическое развитие подростка и его отношение к окружающему миру. Восприятие существующей реальности становится невыносимым без применения социальных сетей и транслирования жизни через возможности приложений и смартфонов. Что приводит, к отсутствию познавательной деятельности, с целью самопознания, развития и осмысления без возможности наглядного демонстрирования их результатов в виртуальной реальности. Общение за пределами экранов, становится интереснее и важнее, чем то, что требует прямого и тактильного взаимодействия.

Отсутствие социальных коммуникации (или же вербальных коммуникации), приводит к изоляции, депрессии, неадекватной социальной ассимиляции и виртуальной зависимости. Полное погружение в виртуальные коммуникации без «разбавления» их живым общением, приводит к депривации. *Депривация* – уменьшение или полное лишение способности удовлетворять основные потребности. Агрессия является прямым результатом депривации. Социальная сторона депривации происходит от недостаточного выполнения социальных коммуникации и общественных моделей, что ведет к невозможности удовлетворения главных социальных потребностей, к ограничению круга общения молодой личности [5, с. 73].

Социальная депривация в ходе виртуального общения ставит ограничения для личностного развития молодежи, что приводит к его общественной дезадаптации [5, с. 78].

По-моему мнению, при наличии таких существенных недостатков, нельзя не усомниться в тех достоинствах, которые перевешивают в сторону, положительных аспектов развития молодежи путем использования виртуальных коммуникации. При правильном разграничении времени и необходимым контролем (вниманием) со стороны воспитываемой части семьи, можно не только предупредить зависимость от чрезмерного виртуального общения, но и направить его в нужное направление, обеспечив подрастающему поколению не только площадку для личностного развития, но и пути реализации его возможных планов на жизнь.

Таким образом, виртуальные коммуникации не только являются продуктом технологического прогресса, но и основной характеристикой постиндустриального общества, в котором мы живем, и по сей день.

Список литературы

1. Бергельсон, М. Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник МГУ сер.19 № 1, М.: 2002.
2. Баранов А.Б. Виртуальная коммуникация в социальной сети: основные понятия и модель взаимодействия // Вестник Университета Российской Академии образования. – 2010. - № 5. – 111с.
3. Бобахо В. А., Левикова С. И. Современные тенденции молодежной культуры: конфликт или преемственность поколений? (По материалам социологических исследований) // Общественные науки и современность. - 2002. - № 3. – 65с.
4. Габдрахманова, Г.Р., Шемякина Е. В. Межкультурная коммуникация: виртуальная реальность/ Г.Р Габдрахманова, Е. В. Шемякина. — Караганда, 2004. – 382 с.
5. Шакурова Г. Р. Самопрезентация уфимских ICQ-пользователей в виртуальном пространстве // Технологии информационного общества — Интернет и современное общество. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2005. – 87 с.
6. John C. Rigdon. Dictionary of Computer and Internet terms. Createspace Independent Publishing Platform , GB.: 2016. – 588 с.