

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра истории, теории и прикладной социологии

**МЕЖЛИЧНОСТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В УСЛОВИЯХ  
ВИРТУАЛИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА**

(автореферат бакалаврской работы)

студентки 5 курса 511 группы  
направления 39.03.01 - Социология  
Социологического факультета  
Вдовиной Нины Юрьевны

Научный руководитель  
кандидат философских наук, доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Аракчеева М.Б.  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой  
Доктор социологических наук

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Покатов Д.В.  
инициалы, фамилия

Саратов 2018

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования.** Интенсивное технологическое развитие, происходившее на протяжении XX столетия, послужило базой масштабного расширения коммуникативных возможностей человека посредством использования новых технических средств, меняющих формы и активность коммуникации. Центральным моментом в этом процессе явилось рождение и открытие для российской общественности в начале 90-х гг. прошлого века глобальной информационной сети Интернет, обеспечивающей возможность одновременного межсетевого взаимодействия из любой точки планеты.

Современный Интернет - это не просто средство коммуникации, но пространство активного взаимодействия многих людей, совместно создающих информационную среду, традиционные медиа сменяет модель интерактивного участия пользователей в создании контента. Интернет-сервисы, представляющие собой платформу для организации разного рода взаимодействия между людьми, получили название социальных. Такие сервисы предоставляют своим пользователям инструменты для реализации каких-либо действий он - лайн. Наибольшую известность из числа аналогичных сервисов приобрели социальные сети, в основе которых - инструменты, направленные на поддержание и развитие социальных контактов в Интернете.

Интернет-сервисы, представляющие собой платформу для взаимодействия людей в режиме он-лайн получили название социальные сети. Сейчас они имеют огромную популярность и аудиторию. Сложно найти человека, который пользуясь Интернетом в наше время, не зарегистрирован хотя бы в одной социальной сети.

Социальные сети раскрывают новейшие возможности Интернета - как средства самореализации и общественной коммуникации людей. Общение в социальных сетях сегодня стало частью повседневности миллионов людей во всем мире. Практики взаимодействия в социальных сетях в Интернете все

глубже внедряются в структуру жизни людей, переводя большую часть человеческой активности в режим он - лайн. И если Интернет рассматривается как «коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение многих людей со многими другими людьми в любой момент времени и в глобальном масштабе», то социальные сети представляют собой конкретный инструмент, позволяющий выстраивать взаимосвязи между людьми, активизировать социальную составляющую взаимодействия он - лайн.

**Степень научной разработанности проблемы.** Современная литература, посвященная изучению проблем коммуникации, виртуальности, функционирования виртуальных форм коммуникационного взаимодействия, обширна и разнопланова. Теорию информационного общества и особенности информационно-коммуникационного пространства Интернет рассматривали такие западные философы и социологи как Н. Луман, Ю.Хабермас, У. Эко, О. Тоффлер, К. Черри и другие. В обобщенные результаты их исследований входит понятие информационного общества, которое является не только глобальным, но и сетевым и развивается спонтанно, в результате взаимодействия многих социальных групп и отдельных людей. Интернет-среда, развиваясь, погружает в себя все сущее и преобразует его в соответствии со своей символической моделью. Среди современных представителей сетевого анализа в социологии, прежде всего, стоит упомянуть Мануэля Кастельса, который в своей работе «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» приводит результаты исследований, проводившихся социологами в первое десятилетие массового распространения Интернета и направленных преимущественно на анализ изменений в социальной активности людей, использующих новую технологию. М. Кастельс также обращается к теоретическому анализу глобальной сети Интернет и ее значению в преобразовании восприятия мира отдельных индивидов, влиянии на организацию социального пространства, где перестает играть роль географическая локализация, уступая место принадлежности к «виртуальному

сообществу». Изучению онлайн-сообществ посвящены работы Г. Рейнгольда.

Проблема общей теории коммуникации и особенности Интернет-коммуникации находятся в центре внимания многих отечественных исследователей. В книге «Коммуникология: основы теории коммуникации» доктор социологических наук Ф.И. Шарков раскрывает теоретический базис коммуникации как социального явления, рассматривая исторические вехи возникновения и развития коммуникации, разновидности коммуникаций, а также коммуникативные процессы и аудиторию коммуникации. В книге «Социология коммуникации» В. П. Конечкая рассматривает теоретические аспекты процессов коммуникации, в контексте системного подхода, семиотики и лингвистики. Лингвистический аспект (особенности электронного дискурса) изучаются Т. Ю. Виноградовой. Психологический и социологический аспекты (виды деятельности и идентичность в условиях электронной коммуникации) представлены в работах А. Войскунского, А. Жичкиной. В этих трудах затрагиваются проблемы общения и взаимодействия пользователей в Сети; принципы самопрезентации личности в сетевом общении, выработки идентичности в виртуальном пространстве, особенности формирования складывающихся виртуальных общностей. Также в российских исследованиях можно отметить работы, направленные на анализ аудитории Интернета в РФ: ее социально-демографических характеристик, динамики расширения (А.В. Чугунов). Процессы виртуализации социального пространства и взаимодействие в Интернете в терминах «виртуализации» рассматривают Д.В. Иванов, В.Л. Силаева. С. Коноплицкий анализирует структуру и особенности функционирования сетевых сообществ в Интернете.

**Объектом исследования** являются пользователи социальных сетей, использующие их как средство общения.

**Предметом исследования** являются пользователи социальных сетей, использующие их как средство общения.

**Цель исследования** - рассмотреть особенности межличностной коммуникации в условиях виртуализации общества.

**Задачи исследования.**

- рассмотреть сущность и формы межличностной коммуникации;
- выявить специфику коммуникации в сети Интернет;
- определить характер влияния виртуального общения на Интернет-пользователей;
- проанализировать специфику взаимодействия Интернет-пользователей.

**Эмпирической базой исследования** исследования составляют статистические данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Саратовской области (Саратовстат), аналитические материалы ФОМ (Фонд «Общественное мнение») и результаты всероссийских социологических исследований, проведенных Всероссийским Центром Изучения Общественного Мнения.

Работа также основана на результатах авторского социологического исследования, проведенного в октябре – ноябре 2016 года на территории г. Саратова методом анкетирования среди 151 жителя с целью выявления особенностей межличностного общения в социальных сетях.

**Структура работы.** Данная бакалаврская работа состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников и приложения.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень ее разработанности, определяются цель, задачи, объект, предмет, методологическая основа и теоретические источники.

**В первом разделе** «Виртуальное общение как вид межличностной коммуникации» раскрыта специфика межличностной коммуникации в условиях виртуализации общества. Так как интернет, появившись относительно недавно, стал одним из наиболее динамично развивающихся

явлений современного общества, то его основная функция, связанная с получением информации, сегодня перестает быть ведущей, такую роль берет на себя функция коммуникации. Интернет – коммуникация - особый вид электронной коммуникации.

Рассматриваемый вид общения отличается своей виртуальностью. В связи с развитием новых информационных технологий образуется онлайн-пространство. Таким образом, виртуальность обеспечивает совместное местопребывание реальных явлений, которые в реальной жизни не представлены вместе.

Также, виртуальное общение отличается своей глобальностью. Под глобализацией коммуникации подразумевается предельное расширение пространства, в котором происходят различные виды общения. Количество Интернет-пользователей непрерывно растет, предположительно, Интернет способен охватить всех жителей планеты.

Глобальность выражается в потенциальности, то есть фактически человек общается в Интернет – сети с определенным, не очень большим количеством людей, но потенциально может вступить в контакт абсолютно с любым, находящимся в любой точке планеты. Таким образом, исчезают пространственно-временные ограничения коммуникации, происходит так называемое «размывание» государственных и национальных границ.

Коммуникация - 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. Коммуникацию посредством Интернета определяют, как Интернет – коммуникацию, то есть такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам Интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Информация может передаваться в различной форме - голос, видео, документы, мгновенные сообщения, файлы.

Что касается различий между терминами общение и коммуникация, то считается, что за первым из них в основном закрепляются характеристики межличностного взаимодействия, а термин коммуникация имеет более широкое значение, которое включает и описание процессов информационного обмена в обществе. На этом основании общение представляет собой социально обусловленный процесс обмена мыслями и чувствами между людьми в различных сферах их познавательно-трудовой и творческой деятельности, реализуемый главным образом при помощи вербальных языковых средств. В отличие от него коммуникация — это социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации как в межличностном, так и в массовом общении в различных дискурсах (от персонального до институционального) по разным каналам при помощи различных вербальных и невербальных языковых средств.

На использование этих двух терминов сильно влияют и рамки дисциплины, в которых ведутся исследования, а также англоязычный научный дискурс, где нет вообще четкого противопоставления между этими двумя терминами, а существует только термин communication. Существует точка зрения, что базовой категорией является коммуникация, которая между людьми протекает в форме общения как обмен знаковыми образованиями (сообщениями). Но существует и противоположная трактовка соотношения понятий «общение» и «коммуникация», в которой основной категорией считается общение, а в структуре последнего выделяются коммуникация (обмен информацией), интеракция (организация взаимодействия и воздействия), перцепция (чувственное восприятие как основа взаимопонимания). При этом коммуникация выступает своего рода посредником между индивидуальной и общественно значимой информацией. В обоих случаях, несмотря на внешние различия, основной упор делается на механизм, который переводит индивидуальный процесс передачи и восприятия информации в социально значимый процесс персонального и массового воздействия.

В виртуальной межличностной коммуникации могут участвовать как знакомые друг с другом люди для поддержания контакта, так и незнакомые для поиска новых знакомств. Но, несмотря на это, для обоих случаев коммуникации будет характерна неформальная форма общения, независимо от степени близости взаимоотношений людей.

**Во втором разделе** «Особенности взаимодействия пользователей социальных сетей» определена специфика межличностного взаимодействия пользователей сети Интернет г. Саратова. Данные сведения были получены в ходе социологического исследования, проведенного в октябре – ноябре 2016 года на территории Саратовской области методом анкетирования среди 151 жителя г. Саратова, в том числе: молодого поколения (от 14 до 31 года) – 58 респондентов; среднего поколения (от 32 до 49 лет) – 56 респондентов и старшего (от 50 лет и старше) – 37 участников опроса.

Для определения специфики взаимодействия пользователей в социальных Интернет – сетях были выделены возрастные группы (поколения), для которых характерны свои специфические черты обращения к социальным Интернет – сетям.

При рассмотрении взаимозависимости поколений и интерпретации ими социальных Интернет - сетей было выявлено, что 63,1% молодого поколения, 77,3 % из среднего поколения и 85,7% старшего поколения Интернет – пользователей характеризует социальные сети как сети для общения. Интернет – пользователи в молодом поколении (15,4 %) и 15,9% респондентов среднего поколения позиционирует социальные сети как сети для поиска групп по интересам. Для 1,6 % опрошенных молодого поколения социальные интернет – сети – это общедоступные сети. 12,5 % пользователей молодого поколения характеризуют социальные сети как сети для знакомств, в этом мнении с ними солидарны 9,1 % пользователей среднего поколения. Для 9,4 % молодого и 2,3% среднего поколения соответственно это сети для обмена и поиска информации. 6,3 % участников исследования в молодом поколении и 2,3 % в среднем поколении интерпретируют сети как большое скопление людей.



Для 1,6 % опрошенных представителей молодого поколения и 2,3 % среднего поколения - это сеть для игры. Характеризуют социальные сети как сети для поиска старых знакомых – 7,8 % пользователей молодого поколения, с ними солидарны 13,6 % среднего поколения и 14,3 % старшего поколения соответственно. 6,3 % и 4,4 % пользователей сети интернет молодого и среднего поколения соответственно считают, что это трата времени. 6,3 % интернет – пользователей молодого поколения, описывая предназначение социальных сетей, приводят в пример сайты «Одноклассники» и «ВКонтакте», не давая им четкого определения.

Для 4,7 % пользователей молодого поколения это сети для просмотра и оценки фотографий. Также считают 2,3 % пользователей среднего и 14,3 % старшего поколения. Для 1,6 % опрошенных респондентов молодого поколения сеть - это виртуальный мир. С ними солидарны 6,8 % пользователей среднего поколения. 1,6 % участников опроса молодого и 2,3 % среднего поколения характеризуют социальные сети как место массовой рассылки спама.

Для 2,3 % опрошенных среднего поколения социальная сеть – место для ведения блогов. 1,6 % участников молодого поколения характеризуют сети как место массовой рассылки спама. Также считают и 2,3 % пользователей среднего поколения. Для 1,6 % пользователей молодого поколения сеть - это место зависимых интернет – пользователей. Для 1,6 % пользователей молодого поколения сети предназначены для развлечений.

**В заключении** приводятся основные выводы проведенного исследования.

**В приложении** представлен основной инструментарий при проведении исследования.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов. Популярность и доступность Интернет - технологий способствует появлению новых возможностей и способов коммуникации. Так, на сегодняшний день Интернет является уникальным каналом процесса коммуникации. Интернет сегодня - это

самый колоссальный источник информации, который знало человечество. Но его возможности, такие, как оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях, позволяют использовать Интернет не только как инструмент для познания, но и как инструмент для общения. На сегодняшний день Интернет-общение становится самым популярным. При этом социально-коммуникативная роль Интернета является достаточно многосторонней: он позволяет устанавливать горизонтальные связи в общении между людьми; информация в Сети предлагается к добровольному восприятию; возможность стать участником информационного процесса есть практически у каждого человека.

Итак, коммуникацию посредством Интернета определяют, как Интернет – коммуникацию, т. е. такие методы общения, при которых передача информации происходит по каналам Интернет с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Информация может передаваться в различной форме - голос, видео, документы, мгновенные сообщения, файлы. Интернет – коммуникация является особым видом электронной коммуникации. В зависимости от типа субъектов, с которыми осуществляется Интернет-коммуникация, различают общение реального субъекта с реальным партнером (электронная почта, группы новостей, ICQ и другое), общение реального субъекта с субъективированным объектом как иллюзорным партнером (взаимодействия с почтовыми роботами, компьютерные игры, веб-сайты и прочее), общение воображаемых партнеров (взаимодействие компьютерных интеллектуальных агентов, взаимодействия с DNS-серверами и прочее).

Некоторые исследователи выдвигают идею о том, что современное общество стоит на пути перехода к обществу «антисоциальному». Это связывают с тем, что развитие информационных технологий снижает необходимость реального общения людей, а также снижает затраты на внешний вид, на перемещение по городу, на времяпровождение при непосредственном контакте с собеседником, что неминуемо приведет к утрате невербальных средств коммуникации, которые составляют 70% от всей коммуникации.

Однако, имеет место быть и прямо противоположная точка зрения, основанная на том, что развитие компьютерных технологий обеспечит продление и расширение памяти человека за счет сохранения знаний для будущих поколений в процессе их вербализации.

Таким образом, влияние, оказываемое виртуальным общением, и последствия его использования, являются довольно противоречивыми, обладая при этом одновременно положительной и отрицательной направленностью. Молодежь же, являясь социальной группой, наиболее восприимчивой ко всему новому, оказывается в большей степени подвержена влиянию рассматриваемого явления. Качественные показатели виртуального общения мало исследованы и требуют более тщательного изучения.