

ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ ЗАСОБАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Найбільш глибокі й радикальні зміни сучасного суспільства пов'язані з розвитком і поширенням глобальної електронної комунікації засобами Інтернет технологій. Саме складність комунікаційних зв'язків, їх полікультурна багатоспрямованість, багатомовність, віртуальність, інформаційно-когнітивна насиченість, а також синтез доступності, інтерактивності, придатності, швидкості й вартості інформації стають тими важливими аспектами спілкування, взаємодії та культурного обміну між людьми без обмежень у часі та просторі, що дають підставу говорити про виникнення нової філософії та архітектури сучасних медіа. Наразі, перетворення соціальних медіа у традиційні на онлайн платформі стає одним з глобальних трендів сьогодення.

Інтернет-комунікація засобами соціальних мережах набуває все більших масштабів – можлива кількість учасників будь-якої з мереж може становити населення цілої країни. За критеріями періодичності, доступності, фінансової доступності Інтернет або мережна комунікація є найбільш ефективною в сучасному комунікативному просторі. Соціальні мережі характеризуються потенційно нескінченним числом незалежних центрів акумуляції та поширення інформації, що визначає як її глобальність та демократичність, так і безконтрольність. Особливістю будь-якої мережної комунікації є горизонтальна структура, тобто комунікація здійснюється не за вертикальним принципом, а по горизонталі, де всі учасники, незалежно від свого статусу під час взаємодії, мають рівноправний, прямий контактах один з одним. Все це пояснюється тим, що на сьогодні звичайне спілкування відходить на другий план під тиском глобальних і могутніх систем інтернет-комунікацій. Ці характеристики закладають нові смислові конструкти в організації комунікативного простору сучасного суспільства.



Аксіологічний (ціннісний) статус соціальних мереж полягає в тому, що вони виступають механізмом конструювання сучасного комунікативного простору сучасного суспільства за рахунок накопичення та реалізації соціомережного капіталу і синергії інновацій, які охоплюють освітню, науково-інноваційну, політичну та економічну сфери сучасного суспільства [1].

Комунікація (від англ. communication повідомлення, передача) це передача інформації від однієї системи до іншої через посередництво спеціальних матеріальних носіїв, сигналів. Комунікація необхідна передумова функціонування і розвитку всіх соціальних систем, бо вона забезпечує зв'язок між людьми, робить можливим накопичення і передачу соціального досвіду, розподіл праці і організацію сукупної діяльності, управління, трансляцію культури. Зміст і форми комунікації відображають суспільні відносини і історичний досвід людей.

Так, безперечним є твердження, що сучасна система електронної комунікації поєднує два важливих аспекти, це *спілкування* та *взаємодію*. У вітчизняній психолого-педагогічній літературі питання зв'язку спілкування і взаємодії є дискусійним. Частина авторів ототожнюють спілкування і взаємодіяльність, інтерпретуючи і те, і інше як комунікацію у вузькому значенні (тобто як обмін інформацією), інші розглядають відношення між взаємодією і спілкуванням як відношення форми деякого процесу і його змісту. Інколи говорять про взаємопов'язане, але все ж таки самостійне існування спілкування як комунікації, і взаємодії як інтеракції.

Андрєєва Г.М. [3]., виходячи з того, що спілкування в широкому розумінні слова включає в себе комунікацію у вузькому значенні (як обмін інформацією) розглядає взаємо-

дію як іншу порівняно з комунікативною - стороною спілкування. Відповідаючи на запитання про те, яка ж така "інша" сторона спілкування розкривається поняттям "взаємодія", вона підкреслює, що ця сторона фіксує не тільки обмін інформацією, але й організацію сумісних дій, що дозволяє індивідам реалізувати загальну для них діяльність. Таке вирішення поняття виключає відрив взаємодії від комунікації, а також виключає їх отождоження: комунікація організовується в ході сумісної діяльності з приводу неї, і саме в цьому процесі людям необхідно обмінюватись і інформацією, і самою діяльністю, тобто розробляти форми і норми сумісних дій. Такий погляд на визначення «взаємодії» як сторони спілкування, є поширеним у вітчизняних колах науково-педагогічних працівників. Більшість вітчизняних авторів розглядають взаємодію (інтерацію) в соціально-психологічному плані як аспект спілкування, що виявляється в організації людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності, досягнення певної спільної мети (М.Н. Корнєв, А.Б. Коваленко). У процесі діяльності різними засобами інтернет-комунікації люди обмінюються не тільки інформацією, а й різними діями. Ці дії забезпечують планування спільної діяльності, її координацію і розподіл функцій. За їх допомогою здійснюється взаємне стимулювання, взаємний контроль та взаємодопомога у процесі розв'язання спільного завдання. Це передбачає, що кожен з учасників-партнерів у взаємодії зробить свій внесок у її розв'язання, що забезпечить більшу ефективність порівняно з індивідуальним виконанням завдання.

Отже, взаємодію можна розглядати в двох аспектах. Перший аспект це розглядання взаємодії як контакту двох або більше осіб, що має своїм результатом взаємні зміни їх поведінки, діяльності, стосунків, установок. Другий аспект це розглядання взаємодії як взаємно зумовлених індивідуальних дій, що пов'язані циклічною причинною залежністю. В цьому аспекті поняття "взаємодія" використовується для визначення способу реалізації спільної діяльності, мета якої зумовлює взаємне узгодження індивідуальних дій, розподіл і кооперацію функцій.

Виникнення і успішний розвиток міжособистісного спілкування можливе лише в тому випадку, якщо між його учасниками існує взаєморозуміння. Те, якою мірою люди відображають почуття і риси один одного, сприймають і розуміють інших, а через них і самих себе, здебільшого визначає і сам процес спілкування, і стосунки, які створюються між партнерами, і способи взаємодії. Процес розуміння і пізнання людиною іншого в ході спілкування є обов'язковою складовою і перцептивною стороною спілкування.

Не менш важливим аспектом вважаємо різноманітність форм та мови комунікації (опитування, голосування, форуми, коментарі, підписки, відправка персональних повідомлень та ін.).

Варто зазначити, що мова користувачів електронних комунікацій є продуктом включення специфічної термінології та професійного сленгу до мови повсякденного побутового спілкування. Комуніканти соціальних мереж та мікроблогів звертаються у своїх повідомленнях до таких скорочень та аббревіацій, використання яких є характерним для всіх користувачів.

Протягом останніх років словникові запаси користувачів у сфері електронної комунікації наповнилася новими лексичними одиницями. Так, у 2011 році до словника Oxford English Dictionary були додані такі аббревіатури як: *LOL* (laughing out loud) та *OMG* (oh my God), *IMHO* (in my humble opinion), *TMI* (too much information) та *BFF* (best friends forever). Цей факт підтверджує можливість поширення сленгу користувачів інтернет-мережі за межі віртуальної комунікації [2].

У повідомленнях користувачів соціальних мереж та мікроблогів простежується тенденція до широкого використання комунікантами стилістично зниженої лексики: сленгу та табуйованих лексичних одиниць. Використання цих лексичних одиниць пояснюється такими факторами:

- неоднорідність соціального статусу користувачів соціальних мереж та мікроблогів;
- анонімність спілкування, що, в свою чергу, створює умови для виникнення віртуальної особистості, яка може відрізнятись від особистості в реальному житті. В

результаті цього створюються сприятливі умови для зниження почуття відповідальності та страху осудження з боку інших користувачів [2];

- подальше поширення тенденції до демократизації мовлення.

До лексичних одиниць, які відображають особливості спілкування в соціальних мережах та мікроблогах, належать наступні приклади:

- FBOCD (Facebook Obsessive Compulsive Disorder) – аббревіатура, яка позначає психічне захворювання, викликане надмірною прив'язаністю до соціальної мережі Facebook – Benedikt Schreyer Diagnose FBOCD;
- FBF (Facebook friend) – цей термін виник внаслідок того, що користувачі соціальних мереж часто додають до списку друзів людей, з якими вони не знайомі у справжньому житті. Саме тому комунікантам важливо підкреслити те, що їхні стосунки існують лише у межах соціальної мережі –Ace Cullum: GM FBF T.G.I.F;
- FBO (Facebook official) – аббревіатура FBO вказує на те, що сторінка належить публічній особі і є його офіційним блогом;
- LMS (like my status) – користувачі соціальних мереж ведуть на своїй сторінці блоги у скороченому вигляді (зазвичай це просто статуси, які сповіщають інших про події у житті, настрої або роздуми автора). Зростаюче бажання бути популярним серед інших комунікантів у цьому мовному середовищі спонукає авторів повідомлень у соціальних мережах просити своїх друзів скористатися функцією Like (подобається), щоб підкреслити, що їхні статуси подобаються іншим користувачам (тобто вони погоджуються із думкою, яка висловлена у повідомленні), а отже, вони є популярними;
- PC4PC (Picture comment for picture comment) – коментування фотографій та інших зображень є не менш важливим аспектом комунікації в соціальних мережах та мікроблогах. Велика кількість коментарів, як і "лайків", вказує на те, що користувач розміщує на своїй сторінці доречну, оригінальну інформацію, що підвищує його статус у соціальній мережі. Таким чином, прохання прокоментувати фотографію за аналогічну послугу стає невід'ємним атрибутом комунікації у цьому мовному середовищі.

Для того, щоб зрозуміти, яке місце займає сленг соціальних мереж та мікроблогів, необхідно розглянути шлях, який проходять неологізми. Людина, яка створює слово (originator [2]), прагне до індивідуалізації та оригінальності. Після створення слово проходить наступні стадії: соціалізацію (прийняття його в суспільстві) та лексикалізацію (закріплення в мовній системі). Це слово сприймається посередниками, які передають його в маси.

Таким чином, ми можемо сказати, що один з аспектів інтернет-комунікації, зокрема сленг соціальних мереж знаходиться на стадії соціалізації, оскільки він пройшов стадію прийняття в соціумі користувачами, але ще потребує закріплення в мовній системі.

Список використаних джерел

1. Коневщинська О.Е. Формування медіакомпетентності старшокласників засобами електронних соціальних мереж / О.Е. Коневщинська // Звітна наукова конференція Інституту інформаційних технологій і засобів навчання НАПН України: Матеріали наукової конференції. – Київ: ІТЗН НАПН України, 2016. – 228 с. Електронний ресурс. Режим доступу: http://lib.iitta.gov.ua/166216/1/Tezy_IITZN_2016.4.PDF
2. Каптюрова В.В. Сленг соціальних мереж та мікроблогів / В.В. Каптюрова // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. К. – 2012. С.134-140
3. Моделі міжособистісних комунікацій в соціальній інформаційній мережі. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://ukrbukva.net/page,13,83034-Modeli-mezhlichnostnyh-kommunikaciiy-v-social-noiy-informacionnoiy-seti.html>