



Виртуальная коммуникация и сетевой этикет

Подготовила: старший преподаватель кафедры психологии и педагогики Кевляк-Домбровская Л.Э.

* ВИРТУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

- * Языковая компрессия (сжатие), которую наблюдаем в смс, мессенджерах и микроблогах. Виртуальная речь похожа на телеграфный язык, но это другой вариант сжатия: в телеграммах слово было ценностью, уходили предлоги, а теперь уходят гласные. *Ценность слова сменилась на ценность знака. (Пж, СПС)*
- * Нехватка эмоций, которая компенсируется появлением смайликов. Причем, они вошли так прочно в обиход, что их отсутствие – не норма (ты что, обиделся? Что случилось?). Как вариант, текст без смайлика - торжественный или официальный. **Отсутствие смайлика стало значимее, чем его наличие!**
- * Замена эмоций с помощью ЭМОДЗИ.

- * «Семиотика эмодзи» (Марсель Данези)
- * Эквивалент светской беседы.
- * Помогают установить контакт и поддерживают дальнейшее общение между собеседниками.
- * Их задействуют в основном в неформальной переписке.
- * Уместность эмодзи также зависит от возраста собеседника.

* ЭМОДЗИ

* Сценарии ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭМОДЗИ

- * **Начало общения:** ставят вместо приветствия – улыбающееся лицо демонстрирует собеседнику жизнерадостное настроение. Они предназначены для укрепления или поддержания дружеских связей и их используют даже тогда, когда сообщение содержит негативную оценку или информацию.
- * **Окончание общения.** Часто сообщения обрываются, поскольку мало кто ставит точки. Роль конечного пунктуационного знака взял на себя символ эмодзи: его используют в качестве прощания в сообщении, подтверждая хорошие отношения, существующие между собеседниками.
- * **Избегание молчания.** При живом общении люди чувствуют себя неловко, если пауза в разговоре затягивается. Поэтому возникает смол-ток: мы заполняем эти пробелы малозначительной информацией о погоде или последних новостях. В переписке такие пробелы возникают, когда получатель ожидает больше информации о предмете разговора, чем готов предоставить отправитель. Для заполнения пауз вставляются эмодзи, которые должны нивелировать возможный дискомфорт.

* Реакции пользователей на эмодзи:

- * **Равнодушие к слишком узкому контексту:** безразличие из-за малозначимой информации
- * **Одобрение:** пользователей разной расовой принадлежности радует их репрезентация в юникоде. В качестве нейтральных они используют желтые эмодзи, а смайлики с конкретным оттенком кожи — только в случае важности указания расы для контекста.
- * **Раздражение:** пользователи разного этнического происхождения отмечают, что большой выбор оттенков кожи для эмодзи перегружает общение смыслами и замедляет коммуникацию. Зачем использовать эмодзи рукопожатия, если для этого нужно потратить пять минут на выбор тона кожи?

* Проблемные моменты использования эмодзи

- * Эмодзи лака для ногтей имеет целый ряд нежелательных сексуальных ассоциаций для жителей восточных стран.
- * Проблемный символ — «большой палец вверх». Этот, казалось бы, универсальный жест считается оскорбительным в некоторых странах Ближнего Востока и Западной Африки. Во многих из этих регионов он является эквивалентом жеста «средний палец».
- * Символ «Окей» (большой и указательный пальцы сомкнуты в кольцо) в США понятен в положительном смысле, а в Мексике также является эквивалентом жеста «средний палец».

* Тенденции использования эмодзи в разных странах

- * Австралийцы неровно дышат к символам наркотиков, алкоголя, фастфуда и праздников.
- * Французы использовали эмодзи сердца в четыре раза чаще, чем остальные пиктограммы,
- * Носители арабского языка всем прочим символам предпочитали цветы, в особенности розы.
- * Русскоговорящие пользователи проявили необычайную романтичность и в три раза чаще остальных эмодзи вставляли в переписку символы поцелуев.

(2015 г., исследования компании SwiftKey)

* Цифровой этикет

- * 1. «Странно вступить в сеть и не общаться. Надо обязательно!» Происходит втягивание в коммуникацию. Если тебя нет в сети некоторое время - то говорят «ты выпал из реальности». Но это искусственная реальность, созданная. Она фактически стала реальнее реальности.
- * 2. Появилось новое прощание: «На связи!» Это значит, что мы не прощаемся, а остаемся на связи. И мы должны быть на связи. Если к нам обратятся любым способом - должны ответить. В противном случае - Что случилось? Где ты был? Плотная коммуникация. Если день не выходил на связь - то ты исчез! Раньше можно было на неделю заболеть, а теперь - нет. Насколько сильно надо заболеть, чтобы не нажать на кнопку и лайкнуть?
- * 3. Формируется новый навык: зрительный контакт с собеседником во время написания сообщения кому-либо.
- * 4. Новая трактовка словосочетания «Быть вместе». Изменения понимания расстояния. Да, оно не помеха (большие расстояния уменьшаются, но маленькие могут увеличиваться).
- * 5. «Меня никто не хотел слушать - и я завел аккаунт!»
- * 6. « Я делюсь информацией - следовательно, я существую!»

* «Сетевой стриптиз»

- * **Причины:** социальная конкуренция, информационный поток и защита от зависти.
- * «Не запостил фото - будто бы и не было события!» Если другие не видели фото и отчет о событии, возникают сомнения в его достоверности.
- * Защита от зависти остается важной проблемой. Но возникает диссонанс: потребность участвовать в демонстративной конкуренции важнее, чем боязнь зависти. Важнее показать, что я хороший, лучший, что у меня есть хорошие дела и вещи.
- * Опасность исходит не от того, что тебе позавидуют, а от того, что не узнают и не заметят (а это важнее). Таким образом, социальные сети стали миром белой зависти (она стимулирует на достижения), а не черной зависти (она хочет отобрать у другого). А от зависти можно закрыть лиц кружочком 😊

* «Сетевой стриптиз»

- * Личный бренд, продвижение себя.
- * Человек относится к себе как к товару. Выкладывает только достижения или описание самых лучших качеств. Много времени тратится на решения, что выкладывать.
- * Часто жизнь в социальных сетях отличается от реальности: человек может страдать и в тоже время выкладывать пост о том, что ему очень хорошо.
- * Интересно, что в социальных сетях жены не дружат с мужьями дети с родителями. Там же много друзей, о которых многое известно (где отдыхали, какой диплом получили), но в офф-лайне с ними нет реального общения.
- * Поскольку отношения вне сетей отличаются, и их формирование не ограничивается нажатием запроса в друзья. Дружба он-лайн и офф-лайн - это разные вещи и реальности.

* «Сетевой стриптиз»

- * СЭЛФИ: вариант использования сети как способ познания себя.
- * Многократное сэлфи, а потом попытка найти из множества фото самое лучшее, которое больше всего нравится самому себе - способ найти «свое» идеальное Я. Таким образом, страница в сетях - попытка бессмертия, хотя бы сетевого.
- * Поведение в социальных сетях - попытка самопознания, основанная на подражании: много одинаковых фото со страниц разных участников.
- * Основа принадлежности к социуму - узнавание своих и чужих. Множество однотипной информации позволяет лучше ориентироваться. Одинаковость - мерило принадлежности к группе, к определенной норме.

* «Сетевой стриптиз»

- * Социальные сети как эмоционально-регуляторный механизм.
- * Сообщение о своих эмоциональных состояниях носит терапевтическое действие, помогает обрести эмоциональный баланс и получить поддержку.
- * Происходит трансформация страха, стыда, стеснения. Исчезает закрытость, замкнутость.
- * Имеется легкий доступ к ресурсам поддержки - быстро можно пожаловаться в социальных сетях и тебя поддержат.

Необходимо помнить, что когда человеку действительно хорошо, то нет необходимости доставать телефон и фотографировать для последующего выкладывания в сеть того, что ешь и где гуляешь.

* Недостатки виртуального общения

- * Нивелизация языка - упрощение, чтобы было понятно всем. Использование визуальных картинок позволяет опускать слова в речи.
- * Отсюда возникает в последующем сложность в формулировании мысли (например, перечислить признаки предмета).
- * Меняется функционирование памяти: лавина информации вытесняет события, не дает возможности их запоминать (приходят следующие события), а тем более анализировать их. Акцент смещает не на запоминание, а на движение информации. Это ослабляет память.
- * Развивается прямолинейность, человек не терпит возражений, не идет на компромисс, социальная ригидность. Не формируются сопереживание, эмпатия, плохо развивается невербальное общение.

* Недостатки виртуального общения

- * Информация, находящаяся в интернете описывает настоящее. Нет информационных данных о прошлом (написанных в прошлом). Происходит разрыв между настоящим и прошлым, разрушается социальная память.
- * Рост количества информации по экспоненте. Причем, любой информации - ложной, дезориентирующей, неважной, малозначительной. «Вермишельные» сведения перемежаются со значимой информацией.
- * На фоне этого роста информации все события превращаются в одинаковые: люди знают количество катастроф, убитых раненых, богатых, бедных, наркоманов и преступников. Знают без комментариев и выводов...
- * Информационная перегрузка: новая информация вытесняет старую, частично не воспринимается, не анализируется. Исчезает смысл.
- * Трудность заключается в том, что понимание носит сугубо индивидуальный характер, нельзя за кого-то понять или помочь. Теперь люди много знают и мало понимают.

* Безопасность общения в сети

- * 1. Не доверять полностью информации о виртуальном друге, партнере.
- * 2. Не рассказывать в виртуальном мире о своих планах и намерениях (жизненных в том числе).
- * 3. Быть осторожным с фотографиями и другими личными данными.
- * 4. Если по долгу работы или службы вас могут узнать, то надо быть осторожным с размещением информации в социальных сетях.
- * 5. Только очное знакомство.
- * 6. Даже если знаешь лично человека, то виртуальное общение должно быть все равно аккуратным - вдруг кто-то взломал его страничку или почту? Вдруг он отошел от компьютера, а вместо него сел его друг или друг друга? Лучше использовать слова - пароли, известные только двум людям.
- * 7. Важно оценивать результативность работы. Что узнал из социальных сетей? Что помнишь на следующий день?
- * 8. Критичность отбора информации: даже если есть рейтинг автора и его цитируемость, то это значит, что он популярен и грамотен.