

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЙ “ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО”, “КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ» В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО МИРА

Дахкиева Лиза Руслановна

liza.dahkieva99@mail.ru

Студентка 4 курса специальности «Социальная педагогика и самопознание»
факультета Социальных наук
ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Научный руководитель – Уразбаева Г.Т.

Современное общество достигло множества высот благодаря средствам массовой коммуникации и интернету. Интернет-пространство это новый мир, в котором открывается тысяча возможностей и перспектив. Любая информация, существующая на просторах интернета разлетается с невероятной скоростью и оказывает влияние на того человека, который получает ее.

В современном мире интересы человека можно легко определить, наблюдая за тем, насколько он активен в различных социальных сетях и что публикует. Хотя социальные сети были изначально созданы для того, чтобы связывать людей со всего мира и позволять им делиться своими мыслями и мнениями, эти платформы теперь стали популярным средством для создания бизнеса и продвижения себя. Социальные сети повышают конкурентоспособность, позволяют обмениваться информацией и укрепляют отношения между людьми. Существуют различные инструменты интернет-коммуникации, которые позволяют нам общаться как лично, так и профессионально.

В связи с тем, что интернет сейчас пользуется большой популярностью и становится новой формой осуществления коммуникативных функций, проблема коммуникативного поведения личности в интернет-пространстве является **актуальной**, так как популярность веб-сайтов, социальных сетей, различных блогов изменила процесс взаимодействия современного человека, и это привело к существенным преобразованиям структуры общения нового поколения.

Целью исследования является изучение сущности понятий “коммуникативное поведение,” “интернет - пространство”личности в условиях развития современного мира.

По данным Государственного Департамента США, идея создания Интернета сформировалась в 50-е годы, и, что интересно, своим появлением была обязана гонке вооружения между двумя сверхдержавами - Советским Союзом и Соединенными Штатами. Сам термин «Интернет» появился только в 1983 году, а его широкое распространение произошло в 1990-е годы [1].

К 2000-ым годам во всем мире люди стали активно использовать интернет для общения и получения необходимой информации. Интернет стал глобальной, всемирной сетью информационного обмена, которая объединяет несколько миллионов человек.

По мнению российского исследователя Ганского П.Н: “Интернет представляет собой не просто совокупность множества компьютерных сетей и информации, но в первую

очередь большое количество людей, которые посредством различных технологий активно взаимодействуют между собой в виртуальном пространстве с целью удовлетворения своих потребностей и интересов”[2]. Соглашаясь с мнением вышеупомянутых авторов, можно отметить, что интернет-пространство - это безграничные возможности, которые открываются перед человеком. Адаптируясь в обществе, человек изучает нормы, существующие в его окружении. Именно интернет здесь выполняет нравственно-ценностную функцию, формируя группы людей, объединенных общими интересами, позволяющими раскрыть личность и не чувствовать себя одиноким, тем самым успешно специализируясь в обществе.

На основе анализа работ исследователей, мы будем исходить из определения, что интернет пространство - это мировая социально-коммуникационная сеть, включающая бесконечное количество информации, которая объединяет в себе пользователей, образуя виртуальные сообщества, группы людей. Для нас важно рассмотреть интернет-пространство с точки зрения социального взаимодействия, так как мы хотим показать, какими особенностями коммуникативного поведения обладают его пользователи, и какое влияние может оказать на подрастающее поколение глобальная сеть Интернет.

Как отмечает Д.Н. Песков, интернет-пространство это нечто большее, чем может себе представить обычный пользователь интернета, оно объединяет в себе огромные социальные институты, охватывая не только социальную, но и политическую сферу общества, оказывая влияние на личность с помощью СМИ и других источников информации[3]. Чтобы это доказать, давайте рассмотрим данные источников по статистике использования интернет-пространства.

Например, по данным опросов фонда “Общественное мнение” (ФОМ), наиболее активная группа пользователей интернета в России - пользователи в возрасте от 18 до 24 лет. По данным другого опроса, проведенного ФОМ, существует значительная разница между ответами на вопрос: «Где Вы чаще всего находите интересную информацию», данными интернет-пользователями и людьми, не использующими интернет. Для постоянных пользователей, интернет стремительно вытесняет телевидение, расценивается как наиболее надежный источник информации и обгоняет ТВ как лучшее место для поиска информации[4].

Теперь для сравнения рассмотрим данные использования интернет-пространства нашей страны. По данным Министерства информации и коммуникации РК, по состоянию на 15 января 2019 года в Казахстане было зарегистрировано 3328 средств массовой информации. Среди них 2790 (84%) - печатные СМИ, 340 (10%) - информационные агентства и сетевые издания, 128 (4%) - телеканалы, 70 (2%) - радио. Также в реестре СМИ зафиксировано 225 теле- и радиоканала, из них 161- телеканалы РФ, 20 - Великобритании, 16 - Эстонии, 15 - США, 6 - Франции и 1 - Кипра. По состоянию на 2017 год среди 276 Интернет-ресурсов (электронные СМИ) только 4 являются государственными, тогда как остальные 272 - негосударственными. Из приведенных данных видно, что количество негосударственных СМИ в Интернет-пространстве намного больше, чем государственных. В информационном пространстве нашей страны очень много информации зарубежных источников. А казахстанские СМИ, относящиеся к традиционным (пресса, телевидение, радио), составляют большинство в медиaproстранстве Казахстана.

По данным платформы Alexa.com самыми популярными в Казахстане являются зарубежные Интернет-ресурсы: Facebook, YouTube, Google, Twitter, Instagram и многие другие. Также большой популярностью среди казахстанцев пользуются российские интернет-ресурсы: Mail.ru, VKontakte, Одноклассники, Яндекс и прочие. В КазНете функционирует много отечественных Интернет-ресурсов, отчасти удовлетворяющих информационные и культурные потребности казахстанских пользователей[5].

Основываясь на вышеизложенных данных, нетрудно сделать вывод о том, что большая часть пользователей интернета - молодежь. Здесь уже появляется другой вопрос о том, как же все-таки зарубежные источники информации (СМИ), которых, как оказалось,

намного больше, чем государственных, оказывают влияние на человека. Ведь на то, каким будет человек в будущем зависит то, какую информацию он впитывает в себя, находясь в интернет-пространстве. Следовательно можно отметить, что интернет-пространство включает в себя информацию, которая формируется благодаря СМИ источникам, социальным сетям и другим платформам, которые оказывают влияние, создавая в себе различного рода совокупность контента в разных его формах и в разном содержании.

По мнению Токтарова Е., информация предполагает в первую очередь коммуникацию, то есть процесс передачи сообщения, иначе она не будет иметь ценности и оказывать влияние. Утоление информационной «жажды» из глобальных информационных потоков, исходящих из стран с развитой экономикой, делает всех субъектов информационного обмена зависимыми друг от друга и ставит перед развивающимися странами вопрос об усилении своих позиций в мировом информационном пространстве [6]. Так и есть на самом деле, если бы люди только получали информацию, но не делились или не обменивались ею, то интернет-пространство не имело бы такого значения, а масштабы его распространения снизились бы во много раз, СМИ бы просто не смогли оказывать такого влияния на своих зрителей, и все это потеряло бы смысл.

Основу существования для человека принято считать общение, так как без него ему очень сложно прожить. Социальные сети определяются как платформа, используемая различными приложениями, ориентированными на использование Интернета для связи людей по всему миру. Существует разнообразное количество приложений, таких как электронная почта, мессенджеры и приложения для чатов, блоги, Facebook, Twitter и т.д. Основная функция, которую они предоставляют своим пользователям, - это возможность подключения и общения. Следует отметить, что термины “общение” и “коммуникация” имеют совершенно различное толкование, хотя зачастую используются, как синонимы. Общение подразумевает обмен мыслями, чувствами, эмоциями между людьми, при помощи вербальных языковых средств, и затрагивает лишь межличностное общение. Коммуникация - это процесс более глобальный, здесь подразумевается не только межличностное общение, но и массовый обмен информацией при помощи невербальных и вербальных средств взаимодействия. Принято считать, что живое общение в реальном мире намного ярче передает чувства и образы, которые хочет донести один человек другому, но все же в век развития технологий и интернета, интернет-коммуникации пользуются большим спросом.

В связи с этим, после того как количество пользователей интернета стало увеличиваться, а его влияние на них усилилось, возникло такое понятие как “коммуникативное поведение личности”. Вслед за этим появилось очень много работ, посвященных интернет-коммуникациям, но единого мнения так и не обнаружилось.

“Коммуникативное поведение” впервые было использовано в работе И.А. Стернина, где говорится о том, что это совокупность норм и традиций общения определенной группы людей. В его работах оно характеризуется определенными нормами, которые позволяют описать конкретное коммуникативное поведение как нормативное или ненормативное. О нормах коммуникативного поведения можно говорить в четырех аспектах: общекультурные нормы, групповые нормы, ситуативные нормы и индивидуальные нормы [7]. Здесь рассматривается коммуникативное поведение, как несущее в себе информацию о культурных ценностях и нормах принятых в обществе. При этом, коммуникация зависит от ряда факторов и ситуации, в которой находится человек. Общаясь с кем-то в данный момент, он может пребывать в плохом или хорошем настроении, иметь определенный уровень мышления, разную степень образованности и пр. Здесь нужно понимать, что в процессе общения человек не может находиться наедине с собой, он входит в определенную группу, где отличается своими индивидуальными особенностями, и этот фактор оказывает влияние на тех людей, с которыми он взаимодействует. Поэтому так важно понимать, какая информация существует в интернет-

пространстве, с какой целью используется, и какое воздействие может оказать на любого человека находящегося в прямом взаимодействии с другим индивидом.

Например, С. В. Бондаренко считает интернет-коммуникацией, или виртуальным общением, опосредованное компьютером общение двух или более лиц, характеризующееся невидимостью коммуникантов, письменной формой посылаемых сообщений, возможностью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями или же взаимным обменом и правом доступа к информации, хранящейся в компьютерах коммуникантов [8, с.181].

Мы солидарны с мнением вышеперечисленных авторов, но добавим лишь то, что лица, находящиеся в интернет-пространстве на сегодняшний день могут не только общаться посредством текстовых сообщений или аудиозвонков, но и также по видео связи, тем самым это дает возможность увидеть своего собеседника и прочувствовать почти всю полноту межличностного общения. Следовательно, можно сделать вывод: “коммуникативное поведение”- это процесс, в котором участвует два или более человек, каждый из которых обладает индивидуальными особенностями, культурой общения и ценностными ориентациями. Они взаимодействуют между собой и объединяются в группы с целью виртуального общения, обмена необходимой информацией, используя при этом современные средства коммуникации.

Таким образом, понятие “интернет-пространство” и “коммуникативное поведение” тесно связаны между собой, и отражают современную структуру взаимодействия личности с окружающим миром. Интернет-пространство - это виртуальная площадка, содержащая в себе бесконечное количество информации, которая объединяет в себе миллионы людей. Они, в свою очередь, взаимодействуют между собой, благодаря инструментам, которые содержит в себе виртуальный мир, выходящий за пределы реального общения. Пользователи образуют таким образом группы, сообщества, где осуществляется активное коммуникативное взаимодействие, формирующее определенное поведение каждого человека в зависимости от его индивидуальных особенностей.

Список использованных источников:

1. Техан Р. Плетя «всемирную паутину»: история и структура сети Интернет // Государственный Департамент США. [Электронный ресурс]: <http://www.infousa.ru/information/rl30987.htm>
2. Ганский Платон Николаевич, Интернет-пространство как особая коммуникативная среда и его влияние на современные общества, ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ (2015, № 17), С. 118-121
3. Д.Н. Песков, Развитие интернет-пространства. [Электронный ресурс] <https://textbooks.studio/uchebnik-mejdunarodnie-otnosheniya/razvitie-internet-prostranstva-24456.html>
4. П.А. Лебедев; Л.Н. Паутина; В.М. Барабанов; А.С. Худoley; А.А. Макарова; А.Н. Сидоренко, Интернет в России состояние, тенденции и перспективы развития, Региональный общественный центр Интернет-технологий, с. 5 [Электронный ресурс] : <https://adindex.ru/files/47676/internet.pdf>
5. Министерство информации и коммуникации РК. [Электронный ресурс]: <http://www.mic.gov.kz/ru/pages/smi>
6. Токтаров, Е. 2015. ‘Казахстан в глобальных информационных потоках: проблема преодоления информационной зависимости в Интернете’. Поколение Независимости: новые цели и пути их достижения. Материалы Форума молодых ученых. Алматы, ИФПР КН МОН РК, С. 55-62.
7. . И.А.Стернин. Модели описания коммуникативного поведения- -Воронеж: «Гарант», 2000. - 27с. Изд. 2. испр. 2015. - 52 с.
8. Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: дис. доктора социол. наук: 22.00.04. - Ростов-на-Дону, 2004. - 399 с.