А.В. Моисеева
БашГУ, Уфа, Россия
mo_link@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье приводятся характеристики виртуального коммуникативного пространства с точки зрения композиции, а также, психологического комфорта для коммуникантов.

Ключевые слова: онлайн коммуникация, виртуальная реальность, интерактивность, гипертекстуальность.

CHARACTERISTIC FEATURES OF COMMUNICATION IN VIRTUAL REALITY

Abstract. The article describes the characteristics of the virtual communicative space from the point of view of composition, as well as psychological comfort for communicants.

Key words: online communication, virtual reality, interactivity, hypertextuality.

Прежде чем перейти к особенностям коммуникации в виртуальной реальности, следует определить, что мы понимаем под таким типом реальности. Рассматриваемая изначально как искусственная среда, созданная с помощью компьютерных средств и имитирующая реальность, сегодня это привычная среда для общения людей. Несмотря на естественность и обыденность она все же отличается от живого общения рядом отличительных признаков.

Можно выделить следующие характерные особенности виртуального коммуникативного пространства: субъективность информации – любой человек стремится передать ту информацию, которую считает важной и представляющей интерес с его точки зрения; интерактивность – особенность взаимодействия при которой отсутствуют жесткие рамки субъекта и объекта об-

щения, нет четких позиций адресата и адресанта коммуникативного воздействия – они постоянно меняются местами; гипертекстуальность – нелинейная организация информационного пространства, осмысление которого происходит за счет взаимосвязи разнородных элементов; креативность – взаимосвязь между реальным и виртуальным мирами, отражающаяся на человеке, глобальность – отсутствие временных и территориальных границ коммуникативного пространства; анонимность – характеристика, позволяющая либо дать минимальную информацию о собеседнике, либо только ту, которую мы считаем нужной предоставить; мозаичность – отсутствие последовательности повествования в процессе коммуникации [2]. Таким образом, коммуникативное пространство виртуальности строится на переходе всего и вся в виртуальное состояние, т.е. мыслимую, воображаемую плоскость.

Онлайн общение предстает относительно бедным по сравнению с живой коммуникацией – не хватает невербальной информации (жестов, мимики, тембра голоса), той информации, которую мы считываем на подсознательном уровне и за счет которой дополняем общую картину сообщения. Для компенсации недостатка данных, получаемых с помощью интонации собеседника и его языка тела, используются графические средства, принося дополнительные смысловую нагрузку и отражая особенности устной речи: знаки препинания, нумерация, шрифтовые средства, сочетание кириллического и латинского алфавитов, цветовые выделения, подчёркивание [1]. Особое место в онлайн коммуникации занимают эмодзи или смайлы, восполняющие пробелы в понимании эмоций коммуникантов:

- Место просто 😞 = место просто ужасное

-Место просто 😊 = место просто замечательное

Как видно из примеров, вербальная составляющая несет одинаковую информацию, однако графический элемент добавляет совершенно разное смысловое содержание.

Онлайн общение, представляя собой новый канал коммуникации, несет в себе удовлетворение определенных потребностей. Одни вступают в данный вид общения в попытке спастись от одиночества, а также получить поддержку от единомышленников в трудной жизненной ситуации. Другие для сохранения существующих отношений с одноклассниками, коллегами, родственниками, которые находятся в других странах. Третьи с целью найти новых друзей, присоединиться к новым сообществам. Онлайн коммуникация позволяет расширить круг общения, ощутить свою групповую принадлежность. Четвертые используют виртуальное общение для привлечения внимания к себе, чтобы повысить свой статус среди окружающих. Пятые стремятся получить новую информацию о людях, событиях, возможностях, чтобы, с одной стороны, удовлетворить любопытство, а с другой, более эффективно действовать за пределами сети, в реальном общении. Шестые – улучшить или ухудшить свое эмоциональное состояние.

Таким образом, онлайн коммуникация удовлетворяет большой круг потребностей, отражающих стабильные психологические различия, с одной стороны, и переходные состояния, в которых находится индивидум в данный конкретный момент его жизни. Индивидуальное поле виртуальной реальности конкретного человека демонстрирует модель его сознания и восприятия действительности, его картину мира.

Литература

1. Моисеева А.В. О связи вербального и невербального компонентов креолизованного текста гламурного журнала// Межкультурная ↔ Интракультурная коммуникация: теория и практика обучения: Материалы Международной научно-методической конференции, том II / отв.ред. Пешкова Н.П. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С.32-36.
2. Титлова А.С. Особенности микроблога как медиатекста// Межкультурная ↔ Интракультурная коммуникация: теория и практика обучения и перевода. Материалы III Международной научно-методической конференции/ отв. ред. Пешкова Н.П., заместитель отв. ред. Фаткуллина Ф.Г., Морозкина Е.А., 2014. - С. 211-215.

© А.В. Моисеева, 2021