

*Данилюк С. С.,**доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри практики англійської мови
Навчально-наукового інституту іноземних мов
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького*

КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОЦЕС У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ: СТРУКТУРНИЙ АСПЕКТ

Анотація. Статтю присвячено встановленню й опису структури процесу спілкування в інтернет-комунікації. Проаналізовано декілька комунікативних моделей. Здійснено порівняння комунікативного акту в Інтернеті з традиційним мовленнєвим актом. Виокремлено специфічні риси комунікативного процесу в мережі Інтернет.

Ключові слова: інтернет-комунікація, комунікативна модель, комунікативний акт, віртуальна комунікація.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. За останні роки мережа Інтернет перетворилася з виключно інформаційного середовища на комунікативно-інформаційне, надавши тим самим практично необмежені можливості для міжособистісної, міжкультурної комунікації. Процес спілкування в Інтернеті має низку особливостей, відмінних від рис комунікації, неопосередкованої комп'ютером. Це спричинило формування деяких специфічних принципів її організації, а також обумовило поширення в цій комунікативній сфері унікальних за своєю природою та функціонуванням жанрових форм.

Зазначимо, що тексти, за допомогою яких здійснюється інтернет-комунікація, досліджені не повною мірою. Це пояснюється відносно нещодавньою появою не лише електронних текстів, а й гіпертекстової моделі їх створення. Проте, в останні роки дедалі частіше з'являються праці, присвячені дослідженню електронних текстів як способу збирання, аналізу й передавання інформації у сучасних засобах масової комунікації, особливо у Всесвітній мережі Інтернет.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. У процесі аналізу електронних текстів дослідники звертають особливу увагу на гіпертекстову модель їх створення (О. Дєдова [3], А. Діллон [12], Ю. Хартунг [8]), розкривають особливості навігації у гіпертексті (С. Гаггі [13], Т. ван дер Джіст [14]), не залишають поза увагою графічні засоби гіпертексту (Д. Майєлл [15], О. Юрчак [10]) та функціонування електронних текстів (І. Рогозіна [7], С. Данилюк [2]). Наразі дедалі частіше виникає потреба проаналізувати структуру процесу спілкування в мережі Інтернет, що і буде зроблено в цій статті.

Формулювання мети статті. За мету в цій статті поставлено завдання встановити й описати структуру процесу спілкування в інтернет-комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Постійно зростаюча роль комп'ютерної комунікації і

трансформування інтернет-простору в комунікативно-інформаційне середовище створює практично необмежені можливості для міжособистісного, міжкультурного спілкування, а також відкриває при цьому деякі додаткові виміри людського спілкування. Адекватно зрозуміти своєрідність процесу комунікації в Інтернеті можна, зіставивши теорії загальної комунікації з теорією та практикою мовленнєвої комунікації як основним її різновидом. Наразі відомо декілька комунікативних моделей, серед яких, на наш погляд, на основну увагу, з проєкцією на інтернет-комунікацію, заслуговують модель комунікації Шеннона-Уївера, модель М. де Флера й модель Р. О. Якобсона. Модель Шеннона-Уївера [4, с. 45] становить інтерес, насамперед, тому що вона є «технізованою» та створює можливості для аналізу широкого діапазону комунікативних дій. Вона акцентує увагу на каналах передавання інформації та їх кількості, що є особливо актуальним в умовах комп'ютерно-опосередкованої комунікації.

У моделі комунікації М. де Флера [5, с. 497] враховано додаткову, значиму характеристику комунікації – наявність зворотного зв'язку. Отже, структура найпростішої комунікації, охарактеризована наразі в багатьох науках, включає, як мінімум, двох учасників-комунікантів, які наділені свідомістю й володіють нормами певної семіотичної системи, наприклад, мови; ситуацію (або ситуації), яку вони прагнуть осмислити та зрозуміти; тексти, що виражають зміст ситуації мовою або елементами цієї семіотичної системи; мотиви й мету, котрі роблять тексти спрямованими, тобто те, що спонукає суб'єктів звертатись один до одного; процес матеріального передавання текстів.

Моделі мовленнєвої комунікації ґрунтуються на наведених комунікативних моделях, однак, насамперед, вони орієнтовані на процес передавання інформації від адресанта до адресата з переважним використанням засобів мовного коду. Наприклад, у моделі мовленнєвої комунікації Р. О. Якобсона, котра має назву функціональної, виокремлюються шість компонентів [11]: адресант передає адресатові через канал зв'язку повідомлення у вигляді коду, що містить контекст. Адресант надсилає повідомлення адресатові. Умовами, необхідними для адекватного сприйняття повідомлення, є наявність: контексту, про котрий йдеться і який має або бути вербальним, або припускати вербалізацію; коду, котрий має бути повністю або хоча б частково спільним для адресанта й адресата; контакту – фізичного каналу та психологічного зв'язку між адресантом й адресатом. Усі ці необхідні елементи мовленнєвої комунікації, за Р. О. Якобсоном, уможливають установлення й підтримання комунікації і можуть бути представлені у вигляді відповідної схеми [11] (див. рис. 1.1).

Запропонована модель є доволі продуктивною для дослідження основних функцій мови, що вможлиблює застосування її і для аналізу комунікативних процесів у просторі Інтернету, хоча й із деякими змінами. Якщо, за традиційною моделлю Р. О. Якобсона, автором повідомлення є лише адресант, й адресат не може впливати на процес створення й повідомлення, то, розглядаючи інтернет-комунікацію, ми бачимо, що адресат є частково творцем, адже саме він визначає послідовність сприймання інформації, впливаючи тим самим на зміст повідомлення. Хоча й існує певне фактичне повідомлення в системі, є стільки варіантів поєднання його структурних частин, що кожна нова комбінація стає окремим комунікативним актом, створеним саме адресатом. Та все-таки, незважаючи на всю свободу вибору, надану адресатові, роль адресанта не слід залишати поза увагою, адже він, добираючи матеріал, розташовуючи його блоками та створюючи систему зв'язків між ними, може досягати своїх стратегічних цілей і спрямовувати користувача в необхідному напрямку.

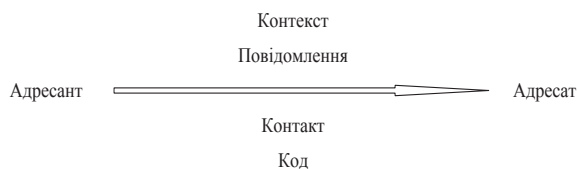


Рис. 1.1. Модель комунікації (за Р. О. Якобсоном)

Ще однією особливістю комунікативного акту в Інтернеті, порівняно із традиційним мовленнєвим актом, є те, що, потрапляючи в мережу, тобто на екран комп'ютера, повідомлення змінює свою форму, адже воно може бути представлене в мультимедійному форматі, поєднуючи в одне ціле текст, графіку, аудіо- й відеозаписи. Інтернет-комунікація не дублює традиційні форми комунікації, а доповнює усний і писемний способи комунікації та є, певною мірою, їх альтернативою.

Віртуальна комунікація опосередкована комп'ютером, тобто здійснюється лише через комп'ютерний канал зв'язку, котрий забезпечує можливість передавання повідомлення за принципом як «від одного – одному», так і «від одного – багатьом». У спілкуванні може брати участь велика кількість людей, незалежно від того, де вони знаходяться фізично. Орієнтири часу та простору як складники комунікативної ситуації утрачають свою традиційну співвіднесеність, адже співрозмовник може долучитися до розмови в будь-який момент; підтримати вже обговорювану тему або надати свою; говорити з усіма або обрати єдиного співрозмовника; з'явитися один раз, чи стати постійним членом певного співтовариства співрозмовників. Тож, завдяки комп'ютерному каналу зв'язку, категорії часу та простору стають одиницями умовного, ірреального характеру.

Спілкування в мережі Інтернет змінює ставлення комунікантів до таких важливих для мовленнєвої комунікації категорій, як час і простір. На відміну від традиційної комунікативної взаємодії, процес спілкування в Інтернеті проходить у двох часових режимах: у режимі негайної реакції на репліку (чат) й у режимі, де реакція на висловлення з'являється через певний час (гостьова книга, форум

тощо). У першому випадку комунікація є максимально наближеною до процесу безпосереднього спілкування декількох співрозмовників, що визначає наявність у ній характерних для такого типу комунікації різноманітних рис розмовного стилю, другий тип спілкування передбачає, що відповіді на висловлювання й репліки надходять через деякий час і є публічними, відкритими для сприйняття й доступними для прочитання й коментування іншими учасниками комунікації. Заслужує на увагу той факт, що, при очевидній просторовій свободі (реальне географічне місце розташування комунікантів не є визначальним у процесі комунікації), спілкування в Інтернеті все-таки має певні просторові характеристики. Воно є умовно обмеженим сторінкою, наприклад, гостьової книги, котра, насправді, не має чітко виражених просторових обмежень на сайті.

Для комунікації за типом чату, котра найбільше наближена до безпосереднього діалогічного спілкування, на сайтах відведені так звані кімнати («*chat rooms*») – особливий простір сайту, де спілкування відбувається в режимі реального часу, а, отже, здобуває й просторову характеристику, що формує відчуття реальності того, що відбувається, й надає діалогу (полілогу) в Інтернеті риси безпосереднього спілкування. Низка вже закріплених виразів сталого характеру зі словом «чат» підтверджує формування в учасників інтернет-комунікації таких просторових уявлень і відчуттів, які корелюють із реальною мовленнєвою комунікацією: *зайти в чат* (порівн.: *зайти в кімнату*), *сидіти в чаті* (порівн.: *сидіти в кімнаті*), *спілкуватися в чаті* (порівн.: *спілкуватися в кімнаті*) тощо [4, с. 29].

Ще однією специфічною рисою комунікативного середовища Інтернету є можливість забезпечувати анонімність, абсолютне невикриття або неповне викриття учасником самого себе. Учасник розмови може (а найчастіше й робить це навмисно) не називати свого імені, віку, соціального стану. В абсолютній більшості випадків, спілкування відбувається між людьми, які діють під вигаданими іменами – псевдонімами або ніками (від англ. *nickname* – прізвисько), так званими мережними іменами, наприклад, *Kopites, Sergun, YNWA, Pretty Scouser, Marlesha, DENVER*. Вивчення своєрідності мережних імен – це також один із аспектів розуміння інтернет-культури, котрий іще очікує свого дослідника: адже псевдонім, обраний або свідомо, або на рівні підсвідомості, у кожному випадку несе певну інформацію про свого носія – важливо лише знайти ключ до її розшифрування.

Адресант може не викривати себе реального й завдяки цьому досягається найбільша його безпека, стимулюється довіра й відкритість. Внутрішня свобода, котру дає вигадане ім'я, невидима зовнішність і нікому невідома особиста історія дозволяють створити цілий новий світ, в якому суб'єкт не турбується про правила й умовності реального світу, не боїться бути впізнаним і засудженим. Адресант в Інтернеті є одним із величезної кількості таких самих користувачів, нічим не відрізняється від усіх інших; у нього немає особливих знаків відмінності, зовнішніх сигналів, голосу, погляду. В результаті у віртуальному світі людина може відчувати себе кимось іншим, тим, ким, можливо, хотіла б бути й не змогла в реальному житті. Саме це й приваблює людей до спілкування в мережі.

В умовах інтернет-комунікації складно точно зорієнтуватися в комунікативному акті, обрати початкову стратегію, змодельовати власне комунікативну ситуацію. На початковому етапі адресант, звертаючись до адресата, сам створює образ свого віртуального співрозмовника, котрий мимоволі стає втіленням очікувань адресанта. Таке спілкування більше нагадує розмову із самим собою. Неконкретність адресата зумовлює доволі широкі можливості для будь-яких асоціацій, уявлень тощо в ініціатора контакту. Спілкуючись через Інтернет, ми не лише доповнюємо образ віртуального співрозмовника своєю уявою й досвідом. Ми доповнюємо його ще й своїми психологічними проблемами та стереотипами. «Якщо персонаж залишається віртуальним, цього можна майже не помітити, але якщо з віртуального знайомого він перетворюється на реального, вас може очікувати маса цікавих відкриттів щодо того, наскільки вузьким або широким є спектр ваших уявлень про те, <...> що вам подобається. Саме вам» [6].

Своєрідним є також і процес вступу нового віртуального члена у співтовариство в Інтернеті, а також процес виходу з нього. Перш, ніж вступити в Інтернеті у безпосередній контакт, учасник, як правило, займає вичікувальну позицію та протягом деякого часу спостерігає. При цьому він може вже деякою мірою брати участь у комунікативному процесі: переглядати всю інформацію, не виявляючи себе; вивчати обстановку й розподіл ролей між учасниками дискусій; спостерігати за діяльністю автора сайту тощо. Залучаючись до суперечки або, навіть, конфлікту, учасник виявляє ще одну відмінну рису віртуального спілкування: на відміну від реального життя, де іноді складно уникнути суперечки, суб'єкт, який не хоче сперечатися в Інтернеті, може просто зникнути, змінивши нік.

Однією із проблем, яка з'являється під час віртуального спілкування, є відсутність спільного коду й неможливість застосування учасниками єдиних правил кодування й декодування інформації. Учасники спілкування володіють різними рідними й нерідними мовами, і це не сприяє розвитку взаєморозуміння та заважає учасникові пристосуватися до комунікативного середовища [4, с. 34-35].

Проведений російськими дослідниками року статистичний аналіз диференціації користувачів Інтернету за мовною ознакою показав, що абсолютна більшість текстової інформації в Інтернеті представлена англійською мовою (35,8%), у той час, як англійські користувачі складають лише третину від загальної кількості, на другому місці знаходиться китайська мова (14,1%), на третьому – японська (9,6%) [1, с. 5]. Однак, і належність учасників комунікації до однієї національної культури, а, відповідно, й до однієї мовної спільноти не завжди забезпечує достатню інтеграцію учасників у комунікацію. Комуніканти часто застосовують спрощення фраз і слів (написання деяких слів взагалі не відповідає мовним нормам і більше схоже на транскрипцію), застосовують специфічний жаргон і термінологію, і через це недосвідченому користувачеві нерідко складно зорієнтуватися, про що йдеться.

Мовне розмаїття учасників віртуальної комунікації сприяє формуванню особливого комунікативного утворення зі своїми виражальними засобами, власним жаргоном, що допомагає інтеграції засобів багатьох мов у єдину

кібермову, котра, у свою чергу, впливає на мови природні – зокрема, збагачуючи їх новими засобами вираження. Так, наприклад, увійшла практично до всіх мов специфічна термінологія Інтернету: «*site*» (порівн.: *caim*), «*chat*» (порівн.: *cam*), «*blog*» (порівн.: *блог*), «*offline*» (порівн.: *офлайн*), «*browser*» (порівн.: *браузер*). Усі ці англійські слова спочатку знайшли нові реалії в Інтернеті, а згодом користувачі – носії інших мов – лише перенесли їх, не відшукуючи їм еквівалентних замін, до своїх природних мов, де нові одиниці отримали своє фонетичне та граматичне оформлення, згідно з правилами мови, котра залучила їх до свого словника.

Однією зі специфічних особливостей інтернет-комунікації є відсутність традиційних невербальних засобів (міміки й жестів), які допомагають комунікантам у реальному житті виражати свої емоції та ставлення до співрозмовника чи сказаного ним. Проте, учасники віртуальної комунікації використовують особливі паралінгвістичні засоби. Так, інтерес для дослідження, з позицій теорії комунікації, становлять факти використання в Інтернеті своєрідних невербальних засобів спілкування, так званих «смайликів». Під «смайликом» зазвичай розуміють набір графічних символів, сформований у картинку, схематичне зображення людського обличчя. Таке зображення використовується для передавання емоцій в електронних текстах. «Смайлики» можуть бути такими: :) усмішка, :-)) дуже щаслива усмішка, ;-)) усмішка з підморгуванням, :-D сміх, :-(смуток, :-(печаль, :< дуже сумно тощо.

«Нескладно помітити, що у «смайликах» усі елементарні знаки втрачають своє значення й використовуються лише як носії певної форми, а отримані складні знаки, як правило, носять іконічний характер і виражають емотивні значення через зображення відповідної міміки» [9, с. 211].

Спілкування в Інтернеті є подібним до живої розмови, але без усіляких візуальних і слухових акцентів, які супроводжують передавання та сприйняття інформації при безпосередньому спілкуванні й які часто є вкрай важливими для розуміння змісту. Щоб виправити цю ваду й тим самим компенсувати нестачу емоційності та збагатити обмін інформацією в Інтернеті додатковими інтонаціями, й було придумано «смайлики», котрі, до того ж, у багатьох випадках, допомагають уникати двозначності висловлювання.

Висновки з дослідження й перспективи подальших пошуків у цьому науковому напрямку. Отже, екстраполюючи запропоновану Р. О. Якобсоном модель мовної комунікації на спілкування в мережі Інтернет, зазначимо, що воно характеризується такими змінами. як довільна послідовність сприйняття інформації адресатом, зміна форми повідомлення, втрата співвіднесеності орієнтирів часу та простору як складників комунікативної ситуації, наявність можливості забезпечення анонімності учасників комунікації, відсутність можливості використання в комунікативному процесі невербальних засобів для вираження емоцій. Зазначимо також, що велику роль у здійсненні інтернет-комунікації відіграють тексти, котрі поширюються в електронному середовищі. Серед подальших перспектив дослідження вбачаємо необхідність виявлення, з позицій теорії комунікації, особливостей використання в Інтернеті своєрідних невербальних засобів спілкування, так званих «смайликів».

Література:

1. Берковская А. В. Дифференциация интернет-сообщества / А. В. Берковская, А. В. Коряво // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: труды VII Всероссийской объединенной конференции, (Санкт-Петербург, 10-12 нояб. 2004 г.). – С.-Пб. : Изд-во филологического ф-та С.-ПбГУ, 2004. – С. 3–7.
2. Данилюк С. С. Функціональні особливості англomовних електронних наукових текстів персональних Інтернет-сторінок сучасних лінгвістів / С. С. Данилюк // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки. – 2004. – №17. – С. 132–135.
3. Дедова О. В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма / О. В. Дедова // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – 2001. – №4. – С. 22–36.
4. Матвеева С. А. Сайт як жанр Інтернет-комунікації: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / Матвеева Світлана Анатоліївна. – Луганськ, 2006. – 212 с.
5. Новейший философский словарь [под ред. А. А. Грицанова]. – Минск : Книжный Дом, 2001. – 1280 с.
6. Петрова Н. П. Русский Интернет как открытое фольклорное общество [Электронный ресурс] / Н. П. Петрова. – Режим доступа к журн. : <http://www.kida.ru/litra/folklor.html>. – Загл. с экрана.
7. Рогозина И. В. Об информационно-воздействующей функции Интернет-коммуникации / И. В. Рогозина, Л. М. Босова, А. А. Стриженко // Концептуальная картина мира и интерпретативное поле текста с позиций лингвистики, журналистики и коммуникативистики: Сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. – Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2000. – С. 12–24.
8. Хартунг Ю. Гипертекст как объект лингвистического анализа / Ю. Хартунг, Е. Брейдо // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. – 1996. – №3. – С. 61–77.
9. Шейгал Е. И. Компьютерный жаргон как лингвокультурный феномен / Е. И. Шейгал // Языковая личность: культурные концепты. – Волгоград, Архангельск, 1996. – С. 204–211.
10. Юрчак О. Ю. Лінгвистичні засоби вираження діалогічності в комп'ютерному дискурсі / О. Ю. Юрчак // Вісник Харківського національного університету. Серія: Філологія. – 2001. – №520, Вип. 33: Філологічні аспекти дослідження дискурсу. – С. 142–147.
11. Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика / Р. О. Якобсон // Структурализм: «за» и «против» [Электронный ресурс]. – Режим доступа к журн. : <http://philologos.narod.ru/classics/jakobson-lp.htm>. – Загл. с экрана.
12. Dillon A. Genres and the Web: Is the Personal Home Page the First Uniquely Digital Genre? / A. Dillon, B. A. Gushrowski // Journal of The American Society for Information Science. – N. Y. : Oxford University Press, 2000. – Vol. 2, №51. – P. 202–205.
13. Gaggi S. From Text to Hypertext: Decentering the Subject in Fiction, Film, the Visual Arts, and Electronic Media / S. Gaggi. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1997. – 192 p.
14. Geest Th. van der. Hypertext Writing and Reading in A Non-Linear Medium / Th. van der Geest // Quality of Technical Documentation. – Amsterdam : Rodopi, 1994. – P. 49–66.
15. Miall D. S. Trivializing or Liberating? The Limitations of Hypertext Theorizing / D. S. Miall // Mosaic. – 1999. – Vol. 32, №3 (June). – P. 157–171.

Данилюк С. С. Коммуникативный процесс в сети Интернет: структурный аспект

Аннотация. Статья посвящена установлению и описанию структуры процесса общения в интернет-коммуникации. Проанализированы несколько коммуникативных моделей. Проведено сравнение коммуникативного акта в Интернете с традиционным речевым актом. Выделены специфические черты коммуникативного процесса в сети Интернет.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, коммуникативная модель, коммуникативный акт, виртуальная коммуникация.

Danylyuk S. Communicative Process on the Internet: Structural Aspect

Summary. The paper deals with definition and description of the structure of communicative process in Internet communication. Several communication models are analyzed. Comparison of online communicative act with traditional speech act is made. Specific features of the communicative process on the Internet are determined.

Key words: Internet communication, communicative model, communicative act, virtual communication.