

Особенности кодирования и декодирования сообщений молодёжью в социальных сетях

Научный руководитель – Глазырина Лидия Геннадьевна

Добыкина Мария Игоревна

Студент (бакалавр)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград,
Россия

E-mail: dobykina.maria@yandex.ru

В настоящее время складывается тенденция перехода межличностной коммуникации из реальной среды в интерактивную. Это обуславливается развитием интернет технологий, появлением различных гаджетов, специальных девайсов, интернет приложений для общения в сети. На сегодняшний день социальные сети заняли всё свободное время людей разных возрастов, и особенно молодежи.

Анализ научной литературы показал, что в психологии под коммуникацией принято понимать «взаимодействие двух (или более) людей, направленное на согласование и объединение их усилий с целью налаживания отношений и достижения общего результата» [1, с. 46]. **Коммуникация** - это всегда процесс обмена информацией и передачи сведений. Особенности коммуникации зависят от того, в какой сфере происходит собственно этот процесс. Так, например, коммуникация в виртуальном общении формирует новую сферу информационного взаимодействия, приводит к возникновению новых видов отношений. Достаточно просто поставить «лайк» на фотографию или «скинуть» песню в личные сообщения для того, чтобы показать, что ты заинтересовался человеком и желаешь пообщаться с ним.

Процесс коммуникации всегда имеет базовые элементы: коммуникатор (отправитель), кодирование, сообщение, средство передачи информации (вербальные и невербальные), декодирование, реципиент (получатель), обратная связь.

Для того, чтобы процесс коммуникации был эффективным, коммуникатору необходимо уметь предьявлять свои замыслы другим. В разной степени мы постоянно управляем впечатлениями, которые создаем. Мы всегда играем перед аудиторией: если хотим произвести благоприятное впечатление, или запугать собеседника, или показаться беспомощным. Поведение и внешние признаки наблюдаемого человека являются текстом, с помощью которого он транслирует некоторый авторский замысел: своё состояние, чувства, отношения, мнения и другое. Эффективность прочтения этого текста зависит не только от проницательности и перцептивной умелости наблюдателя, но и от того, насколько предложенный наблюдаемым текст соответствует замыслу. Выразил ли он то, что хотел? Здесь можно выделить две проблемы:

1) осознает ли наблюдаемый те состояния и переживания, которые намерен транслировать? Понимает ли он себя? По своей сути эта проблема лежит в области самосознания.

2) имеет ли он в своем арсенале выразительные средства, которые помогли бы ему транслировать замысел? Это проблема экспрессивной грамотности человека.

Необходимо отметить, что вышесказанное сложно воплотить в коммуникацию в социальных сетях, ведь мы не видим человека, с которым общаемся, не можем понять его истинные эмоции через набор букв и символов.

На сегодняшний день становится популярной визуализация текстовых сообщений: текст может сопровождаться различными «смайликами» (графическое изображение для передачи эмоций или действия, формируемое с помощью знаков, имеющих на клавиатуре),

картинками, фотографиями и «стикерами». С точки зрения отправителей сообщений это эффективный способ передать получателю свои эмоции, отправители уверены, что именно использование «смайликов» и «стикеров» позволяет получателям понять истинный смысл закодированного сообщения.

Говоря о «стикерах» и «смайликах», которые люди активно используют в своих переписках, можно говорить о таких явлениях как кодирование и декодирование информации. Кодирование — это преобразование информации из одной ее формы представления в другую, наиболее удобную для её хранения, передачи или обработки. Соответственно декодирование - расшифровка закодированной информации.

Если получатель правильно воспримет смысл сообщения, то его реакция будет именно такой, какую и ожидал от него отправитель сообщения.

Для того, чтобы проверить данное положение, в 2018 году нами было проведено исследование особенностей коммуникации молодёжи в социальных сетях. Испытуемыми стали пользователи социальной сети «ВКонтакте», студенты средних и высших профессиональных заведений г. Волгограда, общим количеством 30 человек.

Анализ результатов исследования показал, что у 23% опрошенных возникает непонимание смысла сообщений (коммуникативные барьеры) в процессе общения в социальных сетях и у такого же процента респондентов возникают из-за этого конфликтные ситуации. Известно, что коммуникативные барьеры возникают в том случае, когда структура процесса коммуникации нарушена или же у собеседников существуют различия в системах значений (тезаурусах), в этом случае возникают семантические барьеры. Также было отмечено, что, чем больше испытуемые проводят времени в социальных сетях, тем реже у них возникают недопонимания и конфликты. Это может свидетельствовать о том, что у людей, которые проводят в сети более 5 часов, повышается качество их сообщений. Они с лёгкостью определяют стиль сообщения, логически его выстраивают и умело кодируют и декодируют информацию.

Также в ходе исследования участникам было предложено задание, где им необходимо было декодировать 5 предоставленных сообщений (как графические, так и текстовые «смайлики»), а также различные приёмы передачи эмоций (капс, большое количество знаков препинания и др.). Только 3% испытуемых (1 чел.) справились с заданием полностью, 33% показали хороший уровень в интерпретации сообщений, по 27% - средний и ниже среднего, 10% - низкий уровень. В результатах была замечена тенденция высокого уровня декодировки информации у испытуемых, проводящих в социальной сети более 5 часов в сутки. Полученные результаты говорят о том, что семантические барьеры играют большую роль в процессе интернет-коммуникации, поскольку различия в системах значения зависят от пола, возраста, социального статуса и образования. Именно благодаря результатам этого исследования мы можем опровергнуть тезис о том, что использование «смайликов» и «стикеров» позволяет получателям понять истинный смысл закодированного сообщения. Во многих случаях использование эмодиконов наоборот затрудняет понимание смысла сообщений.

Одной из задач исследования было выявление предпочитаемых средствах общения (вербальные и невербальные) респондентов в процессе общения в сетях. Анализ результатов показал, что 87% опрошенных используют в виртуальном общении смайлики. Нами было выявлено, что наиболее часто используемыми символами являются: ":)", ":(", - которые означают улыбку или же наоборот, опущенные уголки губ (81%), эмодиконы в виде красного сердца (54%). Все эти "смайлики" настолько ассимилировались в виртуальной коммуникации, что испытуемые считают их частью языка. Их не нужно декодировать, молодёжь использует их везде и они не затрудняют декодировку информации. Испытуемые отмечают, что если собеседник отвечает без этих символов, то возникает ощущение,

что он находится не в духе или же просто не хочет вести диалог.

При этом необходимо отметить, что отвечая на вопрос "Как Вам проще передать свои эмоции: описать словами или использовать соответствующие смайлики?" 80% респондентов ответили, что им проще передать то, что они чувствуют, с помощью слов. Это говорит о том, что в процессе общения собеседники не могут быть уверены в правильности интерпретации отправленных ими эмодиконов, поэтому, чтобы избежать коммуникативных барьеров, они используют языковые средства.

В процессе интернет-коммуникации человек использует как вербальные, так и невербальные средства общения, функцией которых является как можно точнее и полнее передать информацию (замысел одного из коммуникаторов). Результаты нашего исследования помогли сделать вывод о том, что молодёжь предпочитает передавать свои сообщения с помощью языковых средств, а невербальные средства общения (эмодиконы) являются вспомогательным элементом, который придаёт сообщению определённый окрас, задаёт эмоцию. Участникам виртуальной коммуникации это помогает избежать коммуникативных барьеров или же снизить процент их возникновения.

Источники и литература

- 1) Бокарев В.А. Виртуальные социальные сети как пространство для удовлетворения потребностей современной молодежи // Вопросы культурологии. – 2009. - №8.
- 2) Куликова А.В. Особенности Интернет-коммуникаций // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. Сер. Социальные науки. – 2012. - №4 (28). – С. 19 – 24.
- 3) Тищенко В.А. Барьеры общения в электронной коммуникации - М., 2008.
- 4) Шахмартова О.М., Болтага Е.Ю. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. - 2011. - №24. – С. 102 – 109.