

ЭМОЦИОНАЛИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТА: КАК ИЗУЧИТЬ «ЭМОЦИИ ОНЛАЙН»?

Ю. Колыбасова

магистрант 2 г/о, социологический факультет

Научный руководитель – ст. преп. **О.А. Толпыгина**

Жизнь сегодня динамична и интерактивна во всех ее проявлениях. Хочешь быть первым? Успей это сделать! Сделать – и выложить в сеть. Иначе рискуешь остаться за кадром.

Быстрота, реакция, своевременность – эти качества уважает современный человек, и именно это доставляет ему удовольствие, радость и наслаждение. Все больше и больше эмоциональных моментов сегодня люди получают благодаря Интернету: трогательные видеоролики от друзей, лирические мелодии «ВКонтакте», смешные картинки из WhatsApp; всё больше и больше процессы эмоционализации охватывают Интернет.

«Эмоции онлайн» мы получаем буквально бесплатно, благодаря сиюминутному общению и качественному Wi-Fi. Наши настоящие чувства конвертируются в смайлы, коды, компьютерные символы, слова сокращаются и упрощаются.

Так ли это или не так? Как окружающие нас люди оценивают эмоции в Интернете? Существуют ли они на самом деле – «эмоции онлайн»? Или, несмотря на то, что экран пестрит и сверкает, человек чувствует нехватку определенных, «живых» эмоций? Зачем нужна эмоциональность в интернет-среде? «Эмоции онлайн» – это социальные сети или не только? Во всём этом мы решили разобраться.

Цель нашей работы – проанализировать роль эмоций в интернет-среде.

В виду того, что на данный момент максимальное «сосредоточение эмоций» среди юзеров мы наблюдаем в социальных сетях, предметом нашего исследования стала оценка роли эмоций потребителей во время использования Интернета, а конкретно – социальных сетей.

Мы задумались над тем, что в Интернете как в среде обмена информации существует некий эмоциональный поток, в котором выделяются своего рода «игроки»: существуют пользователи, которые непосредственно создают и подают эмоции в сеть. Они пишут посты, закачивают собственные видео- или аудиофайлы, пишут тексты, придумывают тэги и т.д. По нашим предположениям, данных людей не много. Большую часть составляют те люди, которые принимают данную информацию, а также те, кто транслирует ее далее по сети.

В связи с этим, возникает исследовательская необходимость отыскать данных акторов и проследить, что же чаще всего выбирают для себя

простые пользователи, которые нас окружают, кем они себя считают и какая роль для них ближе.

Безусловно, главным критерием отбора информантов для исследования является владение Интернет-ресурсами, «умелое пользование», как сейчас принято говорить. При этом мы обратили внимание на то, что интернет-среда и интернет-общение сейчас немного отличается от того, что было 3-5 лет назад. Молодое поколение в возрасте до 20 лет приобщаются к эмоциям в Интернете непосредственно и «без проблем», через уже готовые формы: наборы стандартных и нестандартных смайлов, картинок, систем респостов, межсоциальное общение и т.д. При этом их «старшие товарищи» (например, в возрасте 25-30 лет) помнят еще «другой» Интернет, когда были исключительно слова, а к смайлам приходилось привыкать в течение нескольких лет. Таким образом, мы понимаем, что, возможно, отношение этих двух групп к Интернету, а тем более к эмоциям онлайн, может отличаться. В связи с этим, мы планируем сравнить мнения информантов в возрасте 17-19 лет и 27-29 лет.

Более того, психологи, изучающие Интернет, выделяют такое понятие, как атрибуция (или самоатрибуция). «Атрибуция – это попытка интерпретировать социальный объект, понять его поведение в условиях дефицита информации путем домысливания. Проявление эмоций через самоатрибуцию в Интернет-пространстве может выражаться через прописывание своего психического состояния. Вследствие скудности проявления эмоций в Интернете, самоатрибутивные характеристики выступают формами выражения эмоционального субъекта общения». Другими словами, эмоции онлайн – это реальный факт или просто созданный пользователем смысл? Или и то, и другое? Этот аспект нам тоже интересно проанализировать.

Эмоции как таковые весьма сложный многогранный феномен, эмоции онлайн, возможно, еще более запутанный процесс, который можно «развернуть», изучая с разных сторон, чем мы и займемся в ближайшее время.

Библиографический список

1. Минаков А.В. Некоторые психологические свойства и особенности Интернет как нового слоя реальности. URL: <http://flogiston.ru/projects/articles/minakov.shtml>.