

VIRTUAL KOMMUNIKATSIYA PRAGMATIKASI

Mustafayev Shaxboz Baxtiyorovich
O'zDJTU, Italian tili tarjima nazariyasi va
amaliyoti kafedrasini o'qituvchisi
yagonapochta@gmail.com

Annotatsiya: Maqolada COVID-19 pandemiyasi sharoitida virtual kommunikatsiya xususiyatlari, kommunikativ amaliyotlarning o'zgarishi, texnologik cheklovlar va samarali onlayn o'zaro ta'sir strategiyalari tekshiriladi. Noverbal aspektlar, nutq xatti-harakatlari parametrlari va raqamli muhitda aloqaning psixologik xususiyatlari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: virtual kommunikatsiya, onlayn o'zaro ta'sir, pandemiya, noverbal kommunikatsiya, kommunikativ strategiyalar

الافتراضي التواصل براغماتية

بختيوروفيتش شهبوز مصطفىايف

الإيطالية للغة والتطبيقية النظرية الترجمة قسم، محاضر، سوميا أوز

تحولات وتحتل، 19-كوفيد جائحة ظل في الرقمي التواصل خصائص المقالة تستكشف: **الملخص:** الجوانب في النظر يتم. الفعال الإنترنت عبر التفاعل واستراتيجيات، التكنولوجيا والقيود، التواصلية الممارسات الرقمية البيئة في للتواصل النفسية والخصائص، اللغوي السلوك وبارامترات، اللفظية غير

استراتيجيات، اللفظي غير التواصل، الجائحة، الإنترنت عبر التفاعل، الرقمي التواصل، **المفتاحية الكلمات:** التواصل

Аннотация: В статье исследуются особенности виртуальной коммуникации в условиях пандемии COVID-19, анализируются трансформации коммуникативных практик, технологические ограничения и стратегии эффективного онлайн-взаимодействия. Рассматриваются невербальные аспекты, параметры речевого поведения и психологические особенности общения в digital-среде.

Ключевые слова: виртуальная коммуникация, онлайн-взаимодействие, пандемия, невербальная коммуникация, коммуникативные стратегии

Annotation: The article explores the features of virtual communication during the COVID-19 pandemic, analyzes the transformations of communicative practices, technological limitations, and strategies for effective online interaction. Non-verbal aspects, speech behavior parameters, and psychological characteristics of communication in the digital environment are examined.

Keywords: virtual communication, online interaction, pandemic, non-verbal communication, communication strategies

В своем известном романе "Голый солнце", опубликованном в 1957 году, Айзек Азимов представляет общество на планете Солярия, где люди проводят всю жизнь в полной и абсолютной изоляции. Поскольку личные встречи считаются табу, соляриане работают, разговаривают, преподают, учатся, гуляют, играют и в целом взаимодействуют с помощью изолированной технологии, которая позволяет дистанционно проецировать их изображение и звук голоса. Каждый человек может таким образом провести всю жизнь, никогда не встречаясь лицом к лицу с другим человеком.

Шестьдесят лет спустя научная фантастика стала реальностью: под знаменем социального дистанцирования, введенного пандемией коронавируса, мы, как соляриане, взаимодействуем друг с другом в уединении наших домов, используя sophisticated технологии, не вступая в прямой контакт с другими людьми.

Данные говорят красноречиво: пандемия коронавируса и связанный с ней локдаун резко ускорили тенденцию, которая и без того постоянно нарастала. Еще до чрезвычайной ситуации 90% итальянцев были ежедневно подключены к Интернету, в среднем по 6 часов в день, и почти 80% использовали смартфоны (по сравнению с 15% в 2009 году). Во время локдауна количество онлайн-сообщений утроилось, общий интернет-трафик вырос на 40%, трафик новостных сайтов - на 70%, а трафик видеопотоковых платформ удвоился.

Через экран компьютера или смартфона мы разговариваем, работаем, ходим в школу, получаем информацию, делаем покупки, участвуем в занятиях йогой или встречах товарищества собственников жилья, играем в карты, общаемся. Мы перевели в онлайн-режим и многие традиционно выполнявшиеся очно виды деятельности, такие как медицинские осмотры, психотерапевтические сеансы, деловые встречи, собеседования при приеме на работу, консультации, сеансы коучинга, учебные и образовательные мероприятия.

ОБЩЕНИЕ ЧЕРЕЗ ЭКРАН

"Чем сложнее наши средства коммуникации, тем меньше мы общаемся", - отмечал еще в прошлом веке драматург Джозеф Б. Пристли, и замечательный прогресс в технологиях коммуникации, если ими не управлять должным образом, рискует привести к постепенному ухудшению человеческих отношений.

Поскольку, как гласит знаменитая аксиома прагматики человеческой коммуникации, "нельзя не общаться", перед нами стоят только два варианта: эффективно управлять нашей коммуникацией, чтобы достичь желаемой цели, либо пассивно плыть по течению.

Каждый коммуникативный акт передается через три канала: невербальный канал, то есть внешний вид, одежда, прическа, аксессуары, улыбка, взгляд, выражение лица, поза и проксемика; паравербальный канал, состоящий из тона, тембра, громкости голоса, пауз, ритма, просодии; вербальный канал, то есть выбор слов и содержание речи. Значительно то, что невербальный и паравербальный компоненты передают 80% эмоциональности коммуникации и

считаются наиболее достоверными. Человек, который говорит нам "как приятно тебя видеть" тихим голосом, отводя глаза и с раздраженным выражением лица, выглядит крайне неубедительно. Когда два коммуникативных канала противоречат друг другу, мы инстинктивно доверяем невербальному и паравербальному каналам, потому что вербальный легче подделать.

К сожалению, цифровая коммуникация как раз и ущемляет невербальный компонент. Через экран мы видим не всего человека, а только его лицо или максимум верхнюю половину тела; мы не можем в полной мере оценить его взгляд или жестикуляцию; освещение, качество веб-камеры, размер экрана и разрешение изображения существенно влияют на то, что мы можем увидеть и воспринять. Особенно заметно влияние этого ограничения в ситуациях, где эмоциональность имеет первостепенное значение, таких как отношения по уходу, образовательная деятельность или сеанс коучинга.

Как адаптировать коммуникацию к цифровому контексту? Подобно воде, которая побеждает, потому что приспособливается ко всему, стратегический коммуникатор должен знать ограничения среды, в которой он работает, и условия, навязанные технологией, чтобы управлять ими наилучшим образом и сохранять свою убедительную способность.

НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

«У вас никогда не будет второго шанса произвести хорошее первое впечатление», - говорил Оскар Уайльд: поэтому в начале каждой встречи важно уделить этому аспекту максимальное внимание.

В первые 30 секунд каждого взаимодействия мы полностью бессознательно формируем первое впечатление о нашем собеседнике, которое будет определять все последующие впечатления, фильтруя их таким образом, чтобы подтвердить изначальное впечатление в процессе самоосуществляющегося пророчества. В телематическом контексте первое впечатление передается не только нашим внешним видом, но и фоном и обстановкой: если при живом общении взгляд собеседника будет охватывать всю нашу личность и окружающую среду, то перед экраном его внимание неизбежно будет сосредоточено только на нашем лице (или максимум на верхней половине тела) и фоне за нашей спиной. Поэтому важно, чтобы фон был подходящим, например, белая стена, с возможными картинами или дипломами в случае профессионального кабинета, избегая отражающих поверхностей, таких как окна или зеркала, открытых пространств и дверей, откуда могут пройти родственники или коллеги, отвлекая и демонстрируя отсутствие приватности. По возможности следует избегать и искусственных фонов, предлагаемых технологией, поскольку они неестественны, хотя все же предпочтительнее открытых пространств или комнатной мебели.

Положение экрана или веб-камеры следует выбирать так, чтобы наше изображение было хорошо видно и центрировано, не было обрезано, располагаясь на правильном расстоянии, чтобы не выглядеть искаженным, с взглядом на одном уровне с собеседником; освещение должно быть адекватным,

чтобы наблюдающему не приходилось напрягаться, но и не быть ослепительным; важны также качество и разрешение изображений, зависящие от качества используемых технических средств. Внешний вид, одежда, прическа, борода, макияж, аксессуары, по крайней мере, в видимой части, должны быть ухожены, как при живом общении: если удобно сидеть в домашней гостиной в тапочках, на экране мы должны выглядеть аккуратно и одетыми соответственно контексту и случаю.

Поскольку онлайн значительная часть жестикуляции теряется, особого внимания требуют движения рук и головы. Иллюстрирующие движения рук, сопровождающие и подчеркивающие речь, должны быть видимы, но так, чтобы не закрывать лицо; движения головы, которые должны быть гармоничными и плавно сопровождать беседу, чрезвычайно важны в телематическом контексте, не только потому что часто голова - единственная видимая часть, но и потому что они играют решающую роль в процессах влияния, как хорошо известно заклинателям змей, которые гипнотизируют рептилию не звуком флейты, а ритмическими движениями головы в сочетании с постоянным зрительным контактом.

Что касается проксемики, когда мы хотим передать интерес или собираемся сказать что-то важное, следует слегка наклонить лицо и корпус к экрану, как в живом общении мы бы придвинулись к собеседнику, всегда сохраняя гибкость и гармоничность движений.

ПАРАВЕРАБАЛЬНАЯ И ВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

«С правильным тоном можно сказать всё, с неправильным тоном - ничего: единственная сложность заключается в том, чтобы найти правильный тон», - отмечал Джордж Бернард Шоу; это особенно важно онлайн, где параверабальный и вербальный компоненты должны передавать большую часть эмоционального заряда коммуникации, компенсируя недостатки невербального канала, навязанные техническим средством. Тон, ритм и громкость голоса, паузы, просодия и музыкальность должны быть гармонизированы с движениями тела и жестами и адаптированы к содержанию речи. Если мы выражаем важную мысль, мы обрарим её небольшой паузой перед ней, чтобы создать ожидание, и небольшой паузой в конце, создающей «эхо-эффект»; слова должны быть четко произнесены, громкость голоса слегка повышена. Если же мы хотим успокоить собеседника, нам следует замедлить речь и понизить громкость голоса. Внимание к параверабальному, всегда важное, становится фундаментальным, когда коммуникация и отношения наполнены эмоциональностью, как в сеансе психотерапии или на медицинском приеме. Простая фраза «успокойтесь, у вас ничего нет» может иметь глубоко различные значения для пациента: если она произнесена теплым и эмпатичным тоном, она будет успокаивающей, если же произнесена небрежно и рассеянно, станет раздражающей и обесценивающей. Медицинское или психотерапевтическое назначение будет иметь большую или меньшую эффективность в зависимости от того, как оно было произнесено: если сформулировано слишком быстро, отстраненным тоном или без должного

акцента, оно рискует не быть понятым или соблюденным, тем самым компрометируя успех терапии.

Если, словами Карла Поппера, «невозможно говорить так, чтобы не быть неправильно понятым», стоит помнить, что при онлайн-общении по сравнению с живым контекстом внимание слушателя падает гораздо быстрее, и вероятность недопонимания выше. На уроке, конференции или другой учебной деятельности обучающиеся легко отвлекаются как окружающей средой - будь то дом или рабочее место, - так и усталостью от необходимости сохранять взгляд и внимание, прикованные к экрану. Оратор или преподаватель должен немедленно привлечь внимание, начиная с эмоционального высказывания, такого как афоризм, рассказ, анекдот, цитата или постановка вопроса, который стимулирует интерес аудитории или собеседников. При выборе слов также крайне важно уметь использовать образный язык, чередуя его с привычным нам указательным и рациональным языком. Образный язык говорит картинками, сразу понятен и эффективен, напрямую обращается к самым архаичным компонентам нашего мозга. Вызывание ассоциаций имеет мощный перформативный эффект, то есть побуждает к действию в направлении, предложенном коммуникатором. Знаменитый образный афоризм Фернандо Пессоа, «я ношу на себе все раны битв, которые избежал», заставляет того, кто избегает и отказывается, сильно и немедленно почувствовать, что именно отказы вызывают его глубокие страдания, тем самым предоставляя мощный импульс к изменению.

К образному языку относятся образы, афоризмы, метафоры, истории, анекдоты, реструктуризации. Сочетая логические аргументы с перформативной и образной коммуникацией, опытный коммуникатор одновременно обращается к когнитивной и эмоциональной частям мозга. Словами великого убеждающего Блеза Паскаля: «прежде чем убедить интеллект, нужно затронуть и подготовить сердце».

Известный эксперт в области цифровых технологий, Билл Гейтс, отмечает, что «самый новый компьютер в мире может только ухудшить, благодаря своей скорости, давнюю проблему в отношениях между людьми: проблему коммуникации. Тот, кто должен общаться, в конце концов, всегда будет сталкиваться с одной и той же проблемой: что сказать и как сказать». Мы одновременно являемся актерами и зрителями эпохального изменения в обществе и мире коммуникации, стимулированного пандемией коронавируса и налагаемыми ею ограничениями. Мы должны быть осознанны этого вызова, принять его и превратить в возможность для улучшения, адаптируя не только технологию, но и, прежде всего, наш способ общения, потому что, словами великого ученого Альберта Эйнштейна, «жить - это все равно, что ехать на велосипеде. Чтобы сохранить равновесие, ты должен продолжать двигаться».

Будущее коммуникации – за теми, кто сможет органично сочетать технологичность и человечность, используя цифровые инструменты для более глубокого и осмысленного общения.

Список использованной литературы:

1. Nardone G., Bartoli S., Milanese S. (2021), Pragmatica della comunicazione digitale. Agire con efficacia online, Ponte alle Grazie, Milano.
2. Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson D. D. (1967), Pragmatica della comunicazione umana (trad. it.), Astrolabio, Roma, 1971.
3. Галичкина, Е. Н. Компьютерная конференция в системе жанров компьютерного общения. Межвузовский сборник научных трудов - Саратов: Изд-во «Научная книга», 2003. - Выпуск 9. - С. 276-280.
4. Жичкина, А.Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете <http://floqiston.ru/projects/articles/strategy.shtm/>.
5. Кремлева, С. «ЧАТ» как разновидность виртуального общения // <http://sociology.extrim.ru/dip/start.htm>
6. Юсупов О.Н. Ўзбек адабиётининг инглиз тилидаги таржималарининг лингвокогнитив тадқиқи. Сўз санъати халқаро журнали. 3 сон, 3 жилд. Б.102-105.