

Медиация как способ усиления эмоциональной составляющей в онлайн-коммуникации

Научный руководитель – Базаров Тахир Юсупович

Грачева Елена Викторовна

Выпускник (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра психологии личности, Москва, Россия

E-mail: gracheva_ev@list.ru

Онлайн-коммуникация представляет собой новую реальность, с которой люди столкнулись во время пандемии и к которой многие не были готовы, поскольку онлайн-взаимодействие имеет свои технические и психологические особенности по сравнению с реальной коммуникацией (сенсорная депривация, нестабильность связи, отсутствие полного реалистичного образа, относительная анонимность, физическая непредставленность, редуцированность проявления и восприятия невербального поведения и эмоций). Человек попадает в ходе межличностного онлайн-взаимодействия в цифровую социальность, для которой нужны специфические способы и практики социального взаимодействия и самопрезентации [1].

Актуальной проблемой становится изучение переживания и выражения человеком эмоций в онлайн-среде.

Цель исследования - выявление роли инструментов медиации в повышении эффективности эмоциональной составляющей в онлайн-коммуникации.

Основной метод исследования - *эксперимент*. В эксперименте были созданы 4 ситуации:

1. «Ритуальная» ситуация - два человека в режиме онлайн-конференции ведут обычный диалог в формате информационных сообщений, реплик «вопрос-ответ».
2. «Приятельская» ситуация - два человека в режиме онлайн-конференции рассказывают друг другу анекдоты и смешные истории, показывают веселые картинки, используют юмор.
3. Ситуация «самораскрытия» - два человека в режиме онлайн-конференции делятся друг с другом своими самыми яркими воспоминаниями из жизни.
4. «Психотерапевтическая» ситуация - два человека в режиме онлайн-конференции обсуждают психологическую дилемму.

В исследовании также использовались психодиагностические методика «САН» (В.А. Доскин, Н. А. Лаврентьева, В. Б. Шарай, М. П. Мирошников) и опросник «Мастер организации групповой работы» (Т. Ю. Базаров, А. В. Райков, Р. Р. Шайхутдинов). При обработке данных использовались статистические методы и качественный метод наблюдения и анализа видеозаписей онлайн-коммуникации по пятиуровневой модели определения ситуаций Д. Магнуссона. В исследовании приняли участие 40 человек (23 женщины, 17 мужчин).

Анализ значимости различий между экспериментальными ситуациями по опроснику САН показал, что эмоциональная составляющая коммуникации (самочувствие, активность, настроение) будет различной в зависимости от ситуации онлайн-коммуникации с помощью непараметрического критерия Краскела-Уоллиса.

Результаты показали значимые различия между всеми экспериментальными ситуациями по самочувствию ($p = 0,016$), активности ($p = 0,010$), настроению ($p=0,014$). При

попарном сравнении различных экспериментальных ситуаций по шкалам опросника САН были выявлены значимые различия: между «ритуальной» ситуацией и «приятельской» ситуацией по шкалам «активность» ($p = 0,007$) и «настроение» ($p = 0,011$); между «ритуальной» ситуацией и ситуацией «самораскрытия» по шкалам «самочувствие» ($p = 0,004$), «активность» ($p = 0,005$), «настроение» ($p = 0,002$); между «ритуальной» ситуацией и «психотерапевтической» ситуацией по шкалам «активность» ($p = 0,005$) и «настроение» ($p = 0,042$); между ситуацией «самораскрытия» и «психотерапевтической» ситуацией по шкале «самочувствие» ($p = 0,029$).

Помимо статистической обработки данных, был проведен качественный анализ видеозаписей ситуаций коммуникации в онлайн-пространстве на основании пяти уровней определения ситуации по Д. Магнуссону: 1 уровень - Стимулы, 2 уровень - Эпизоды, 3 уровень - Ситуация, 4 уровень - Окружение, 5 уровень - Среда [2]. Более подробно описан контекст (окружение), соответствующий 4 уровню определения ситуации по Д. Магнуссону. На данном уровне для анализа было выделено семь психологических критериев:

- 1) Сокращение дистанции (переход на «ты»).
- 2) Жестикуляция (активная, пассивная, умеренная).
- 3) Тема диалога.
- 4) Уровень вовлеченности (фиксирование на желании продолжать разговор, переход от низкоконтекстной коммуникации к высококонтекстной).
- 5) Непосредственная обратная связь (мимика).
- 6) Управление вниманием - аудиальное (тон голоса, интонация).
- 7) Управление вниманием - визуальное (крупный план, изменение расположения расстояния на экране).

Ученый Эдвард Холл в своей работе разделил коммуникативные ситуации на две группы: низкоконтекстные и высококонтекстные [3]. Можно говорить о том, что большая часть онлайн-коммуникации является низкоконтекстной, поскольку невербальный компонент значительно редуцирован. В «ритуальной» и «приятельской» ситуации только 40% диад готовы были продолжать общение, в ситуации «самораскрытия» - 60% диад, а в «психотерапевтической» ситуации - 80% диад. То есть переход из низкоконтекстной коммуникации в высококонтекстную происходит в «психотерапевтической» ситуации и ситуации «самораскрытия».

Выводы

1. Использование таких средств эмоциональной составляющей, как юмор, яркие воспоминания, обсуждение дилемм и неоднозначных вопросов, способно изменять настроение, активность и состояние человека в онлайн-коммуникации.
2. Наибольшие различия наблюдаются между «ритуальной» ситуацией и тремя другими экспериментальными ситуациями. Следовательно, для усиления эмоциональной составляющей коммуникации наиболее эффективными средствами медиации являются «приятельская» ситуация, ситуация «самораскрытия» и «психотерапевтическая» ситуация.
3. Анализ по пяти уровням определения ситуации по Д. Магнуссону позволяет предположить, что усиление эмоциональной составляющей коммуникации за счет ситуационного контекста будет способствовать переходу коммуникации из низкоконтекстной в высококонтекстную.
4. Полученные результаты позволяют утверждать, что переход из низкоконтекстной коммуникации в высококонтекстную может осуществляться за счет моделирования «психотерапевтической» ситуации и ситуации «самораскрытия».

Источники и литература

- 1) Солдатова Г. У., Войскунский А. Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей Школы экономики. — 2021. — Т. 18, № 3. — С. 431–450.
- 2) Magnusson D. Wanted: Psychology of Situations // Toward a Psychology of Situations / Ed. by D. Magnusson. N.Y., 1981. - P. 474.
- 3) Hall, Edward T. Beyond Culture. New York: Doubleday, 1976.