

Н. С. Агеева

Трансформация подходов к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации в англоязычном научном сообществе

В статье рассматриваются основные модели компьютерно-опосредованной коммуникации, разрабатываемые учеными в рамках социально-психологического направления в англоязычной научной литературе. Прослеживается трансформация подходов к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации, связанная с активным развитием цифровых технологий. Предлагается обзор новейших научных исследований, фокус внимания которых смещается от компьютера как основного канала коммуникации к коммуникативным процессам, осуществляемым между коммуникантами в непрерывно трансформирующейся цифровой среде.

Ключевые слова: компьютерно-опосредованная коммуникация; подход; коммуникативная модель; информационно-коммуникационные технологии.

Развитие информационно-коммуникационных технологий в современном мире влечет за собой необходимость анализа закономерностей их функционирования, осмысления влияния технологий на социум, концептуализации опыта взаимодействия человека и компьютера.

Ученые говорят о парадигмальном сдвиге в концепциях развития информационных технологий, произошедшем в начале XXI в.: переходе от автономных прикладных систем (Web 1.0) к мультимедийным платформам взаимодействия (Web 2.0) [1, 8]. В связи с этими технологическими изменениями трансформируются и теоретические основы, подходы, методы и модели изучения процессов компьютерно-опосредованной коммуникации (КОК).

Первые исследования середины XX в. рассматривали КОК в рамках информатики и теории коммуникации и были в основном посвящены прикладным вопросам обработки и передачи данных, разработки аппаратного обеспечения, человеко-машинного взаимодействия.

С распространением персональных компьютеров в науке возникло социально-психологическое направление, проблематика которого включает в себя вопросы эффективности взаимодействия коммуникантов, формирования культуры виртуального общения, влияния интернет-технологий на человека и общество и др. Социально-психологический подход характеризуется междисциплинарностью исследований, разрабатываемых на стыке психологии, социологии, лингвистики и теории коммуникации, основным методом которого является построение коммуникативных моделей.

В 1995 г. был создан один из первых научных журналов, посвященных этой проблематике, — *The Journal of Computer-Mediated Communication* (JCMC), благодаря которому термин *computer-mediated communication* стал общепринятым в англоязычной научной литературе.

Среди отечественных ученых не сложилось единого мнения по поводу ключевого термина данного направления. Специалисты используют такие термины, как *интернет-коммуникация*, *сетевая коммуникация*, *электронная коммуникация*, *компьютерная коммуникация*, *виртуальная коммуникация*, *компьютерно-опосредованная коммуникация*. При этом последний термин встречается в русскоязычных исследованиях наиболее часто согласно статистике запросов в поисковой системе Google [4, с. 32].

Теории и модели КОК, разрабатываемые зарубежными учеными в рамках социально-психологического подхода, традиционно посвящены особенностям использования инструментов дистанционной передачи данных в целях обмена сообщениями для решения рабочих задач или социально значимого общения, осуществляемого между двумя коммуникантами, в группе или в организации [5, с. 9].

Известным специалистом, изучающим межличностную и групповую коммуникацию в электронной среде, является американский профессор Джозеф Уолтер, который рассматривает КОК как средство преодоления ограниченного пространства и времени, обеспечивающее *расширенный* или *дополненный* (augmented) способ взаимодействия между людьми [12, с. 5].

Джозеф Уолтер, автор общепризнанной *гиперличностной коммуникативной модели* (hyperpersonal model), постулирует, что в процессе виртуального общения коммуниканты имеют возможность более тщательно регулировать стратегии своего коммуникативного поведения. Эта модель используется для объяснения процессов формирования отношений и идентичностей коммуникантов в контексте компьютерно-опосредованной коммуникации.

Другим крупным представителем социально-психологического подхода является американский исследователь Сьюзан Херринг, которая специализируется на изучении гендерного и языкового поведения коммуникантов в социальных сетях. Сьюзан Херринг предложила одно из общепринятых определений компьютерно-опосредованной коммуникации — взаимодействие человека с человеком, осуществляемое посредством компьютера и мобильной

телефонии с помощью текстовых сообщений, визуальных элементов (изображения, эмодзи, мемы, виртуальные аватары), роботов [8, с. 22]. Ученым разрабатывается теория *компьютерно-опосредованного дискурсивного анализа* (computer-mediated discourse analysis, CMDA), который использует методы дискурсивного анализа применительно к поликодовым текстам.

Модель социальной идентичности на основе факторов анонимности (Social identity model of deindividuation effects, SIDE) отражает коммуникативную динамику в групповом и межличностном онлайн-общении [9]. SIDE определяет в качестве значимого аттрактивного фактора не индивидуальные характеристики коммуникантов, а их принадлежность к той или иной социальной группе.

Американские специалисты Николь Эллисон, Ребекка Гейно и Дженнифер Гиббс рассматривают стратегии самопрезентации коммуникантов в рамках интернет-сервисов знакомств. Разработанная учеными *модель воспринимаемого успеха* (Model of perceived success) определяет мотивацию на продолжение общения как один из главных факторов, влияющих на успешность текущей коммуникации [6].

Коммуникативные стратегии репрезентации в интернете привлекают внимание и современных российских ученых — специалистов по маркетинговым коммуникациям, политологии, психологии, лингвистики и другим направлениям. Научный интерес, в частности, составляют эффективные способы воздействия на целевую аудиторию [2], механизмы оптимальной организации информации в интернете [3].

Несмотря на многоплановость представленных теоретических подходов, следует отметить, что их применение к современным реалиям становится все более ограниченным. Сегодня компьютеры способны передавать не только текстовые сообщения, но и сигналы, охватывающие весь спектр чувств человека, включая тактильные ощущения, вкус и запах [7]. В этой связи можно говорить об эволюции компьютеров, которые расширили свой функционал благодаря сетевым смарт-устройствам, поддерживающим возможности дополненной реальности и всепроникающего социального взаимодействия.

Очевиден тот факт, что развитие технологий на этом не остановится: изобретение квантовых компьютеров, теоретические принципы которых предполагают несоизмеримо больший объем обрабатываемых данных, откроет коммуникативные возможности совершенно нового уровня. В связи с этим возникает необходимость переосмысления традиционных подходов к изучению КОК, для чего необходимо обратить внимание на ряд вопросов.

Первый вопрос имеет терминологический характер. Поскольку роль компьютера как канала коммуникации более не определяет все феномены КОК, некоторые ученые отмечают неактуальность использования слова *компьютер* в термине *компьютерно-опосредованная коммуникация* [5]. В качестве альтернативы предлагается термин *digitally-mediated communication* (коммуникация

посредством цифровых технологий), который лучше отражает весь спектр форм и видов коммуникации, осуществляемой с помощью современных технических средств [13, с. 5].

Второй вопрос носит концептуальный характер. Современные исследования говорят о нецелесообразности противопоставления непосредственной межличностной коммуникации (*face-to-face communication*) и компьютерно-опосредованной коммуникации, которое существует в зарубежной науке. Экспериментальные данные доказывают, что более релевантной характеристикой коммуникации является не тип используемого коммуникативного канала, а модальность коммуникации. Так, в работе американского профессора Сьюзан Шпрехер рассматриваются связи между людьми, сформированные посредством текстового, аудио- и видеообщения с использованием компьютера, а также посредством личного общения [11]. Результаты исследования показывают, что КОК посредством обмена текстовыми сообщениями приводит к формированию наименее близких связей. Гораздо большая степень сплоченности и симпатии между респондентами возникает в отношениях, сформированных посредством компьютерно-опосредованного аудио- и видеообщения, а также личного общения. При этом различий в плане влияния на характер связей между коммуникантами среди данных трех типов коммуникации не отмечается.

Таким образом, для изучения проблематики КОК большую важность приобретают именно коммуникативные процессы, а не устройства, с помощью которых эти процессы осуществляются. Вместо того чтобы анализировать характеристики коммуникации, возникающие с изобретением очередной технологии, целесообразно обратить внимание на разработку общих теоретических основ, которые можно применять для изучения как традиционной аналоговой и компьютерно-опосредованной коммуникации, так и будущих видов коммуникации. В качестве одного из примеров нового подхода можно привести исследование ученых Калеба Карра и Патрика О'Салливана, которые представили *модель массово-персональной коммуникации* (*masspersonal communication model*) для анализа сообщений-статусов в социальных сетях [10]. Особенностью сообщений-статусов является то, что они имеют общедоступный характер, но при этом сохраняют индивидуальность высказывания. Ученые отмечают, что этот коммуникативный феномен не является уникальным для КОК: другим примером может служить граффити в общественном месте или предложение о женитьбе, транслирующееся на видеоэкране во время спортивных соревнований (популярно в США).

Новые феномены КОК вполне встраиваются в парадигму традиционных коммуникативных моделей. В свою очередь, представляется возможным использовать модели КОК для объяснения феноменов межличностной коммуникации вне контекста компьютерных технологий. Таким образом, трансформацию современных подходов к изучению КОК можно охарактеризовать

такими чертами, как: переосмысление терминологического аппарата; концептуальное объединение межличностного и компьютерно-опосредованного направлений в коммуникативных исследованиях; смещение акцента с технологий на собственно коммуникативные процессы.

Библиографический список

Источники

1. O'Reilly Network website. What is Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software. [Электронный ресурс]. URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (дата обращения: 31.08.2020).

Литература

2. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.

3. Ионина А. А. Особенности создания и восприятия текста в интернете // Вестник МГПУ. Сер.: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2010. № 2 (6). С. 33–39.

4. Щипицина Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа. М.: Красанд, 2017. 296 с.

5. Carr C. T. CMC Is Dead, Long Live CMC!: Situating Computer-Mediated Communication Scholarship Beyond the Digital Age // Journal of Computer-Mediated Communication. 2020. № 25 (1). P. 9–22.

6. Gibbs J. L., Ellison N. B., Heino R. D. Self-Presentation in Online Personals: The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating // Communication Research. 2006. № 33 (2). P. 152–177.

7. Haans A., Ijsselsteijn W. Mediated social touch: A review of current research and future directions // Virtual Reality. 2006. № 9 (2–3). P. 149–159.

8. Herring S. C. The co-evolution of computer-mediated communication and computer-mediated discourse analysis // Analysing digital discourse: New insights and future directions / eds. P. Bou-Franch, P. Garcés-Conejos Blitvich. London: Palgrave Macmillan, 2018. P. 25–67. [Электронный ресурс]. URL: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/adda.pdf> (дата обращения: 31.08.2020).

9. Lea M., Spears R., de Groot D. Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups // Personality and Social Psychology Bulletin. 2001. № 27. P. 526–537.

10. O'Sullivan P. B., Carr C. T. Masspersonal communication: A model bridging the massinterpersonal divide // New Media & Society. 2018. № 20. P. 1161–1180.

11. Sprecher S. Initial interactions online-text, online-audio, online-video, or face-to-face: Effects of modality on liking, closeness, and other interpersonal outcomes // Computers in Human Behavior. 2014. № 31. P. 190–197.

12. Walther J. B. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hypersonal interaction // Communication Research. 1996. № 23 (1). P. 3–43.

13. Yao M. Z., Ling R. What Is Computer-Mediated Communication? An Introduction to the Special Issue // Journal of Computer-Mediated Communication. 2020. № 25 (1). P. 4–8.

References

Istochniki

1. O'Reilly Network website. What is Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software. [E'lektronny'j resurs]. URL: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (data obrashheniya: 31.08.2020).

Literatura

2. Zheltuxina M. R. Tropologicheskaya suggestivnost' mass-medial'nogo diskursa: o probleme rechevogo vozdeystviya tropov v yazy'ke SMI: monografiya. M.: In-t yazy'-koznaniya RAN; Volgograd: Izd-vo VF MUPK, 2003. 656 s.

3. Ionina A. A. Osobennosti sozdaniya i vospriyatiya teksta v internete // Vestnik MGPU. Ser.: Filologiya. Teoriya yazy'ka. Yazy'kovoe obrazovanie. 2010. № 2 (6). S. 33–39.

4. Shhipicina L. Yu. Komp'yuterno-oposredovannaya kommunikaciya: lingvisticheskiy aspekt analiza. M.: Krasand, 2017. 296 s.

5. Carr C. T. CMC Is Dead, Long Live CMC!: Situating Computer-Mediated Communication Scholarship Beyond the Digital Age // Journal of Computer-Mediated Communication. 2020. № 25 (1). P. 9–22.

6. Gibbs J. L., Ellison N. B., Heino R. D. Self-Presentation in Online Personals: The Role of Anticipated Future Interaction, Self-Disclosure, and Perceived Success in Internet Dating // Communication Research. 2006. № 33 (2). P. 152–177.

7. Haans A., Ijsselstein W. Mediated social touch: A review of current research and future directions // Virtual Reality. 2006. № 9 (2–3). P. 149–159.

8. Herring S. C. The co-evolution of computer-mediated communication and computer-mediated discourse analysis // Analysing digital discourse: New insights and future directions / eds. P. Bou-Franch, P. Garcés-Conejos Blitvich. London: Palgrave Macmillan, 2018. P. 25–67. [E'lektronny'j resurs]. URL: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/adda.pdf> (дата обращения: 31.08.2020).

9. Lea M., Spears R., de Groot D. Knowing me, knowing you: Anonymity effects on social identity processes within groups // Personality and Social Psychology Bulletin. 2001. № 27. P. 526–537.

10. O'Sullivan P. B., Carr C. T. Masspersonal communication: A model bridging the massinterpersonal divide // New Media & Society. 2018. № 20. P. 1161–1180.

11. Sprecher S. Initial interactions online-text, online-audio, online-video, or face-to-face: Effects of modality on liking, closeness, and other interpersonal outcomes // Computers in Human Behavior. 2014. № 31. P. 190–197.

12. Walther J. B. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hypersonal interaction // Communication Research. 1996. № 23 (1). P. 3–43.

13. Yao M. Z., Ling R. What Is Computer-Mediated Communication? An Introduction to the Special Issue // Journal of Computer-Mediated Communication. 2020. № 25 (1). P. 4–8.

N. S. Ageyeva

**Transformation of Approaches to Computer-Mediated Communication Studies
within the English-Speaking Scientific Community**

The article describes the key models of computer-mediated communication developed within the social and psychological approach in the English-language scientific literature. The analysis outlines the evolution of these approaches connected with the unprecedented development of digital technologies. An overview of the recent research is offered that is characterized by a shift of focus from emphasizing computer as a channel of computer-mediated communication to the process of mediation in human communication within the changing digital environment.

Keywords: computer-mediated communication; approach; CMC model; digital technology.