

УДК 141.319.8

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

О.Н. Торгованова

ФГБОУ ВО «Тверской государственной технической университет», г. Тверь

Статья посвящена исследованию научных подходов к изучению интернет-коммуникации. Процесс коммуникации часто происходит на письме. Устная природа интернет-общения породила особый виртуальный язык, который привлёк внимание социологов, психологов и лингвистов. Различные лингвистические подходы (коммуникативный, дискурсивный и др.) пытаются описать, структурировать, выявить законы функционирования интернет-коммуникации.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, дискурс, языковая личность, гипертекст, подходы.

Исследования психологами интернет-коммуникации ведутся уже с начала 1990-х гг. Среди отечественных и зарубежных ученых можно назвать Ю.Д. Бабаеву, Е.П. Белинскую, А.Е. Войскунского, А.Е. Жичкину, Д.В. Иванова, Д.И. Кутюгина, В.Л. Силаеву, О.Г. Филатову, Дж. Семпси, В. Фриндте, Т. Келер, Т. Шуберт, J. Steuer, Sh. Turkle, K.S. Young и др. [15].

Данное направление получило название «киберпсихология». Она изучает различные вопросы взаимоотношения личности и среды Интернета. Можно выделить четыре направления, отражающих проблематику исследования:

1. Психологические аспекты коммуникативных процессов в сети (А.Е. Войскунский, А. Жичкина, И. Шевченко, Reid).
2. Исследование идентичности у пользователей компьютерных сетей и процессов самопрезентации в сети (Е.П. Белинская, Becker, Donah, Kelly).
3. Влияние виртуального взаимодействия на личность (Suler, Turkle).
4. Проблема интернет-зависимости (Young, Griffiths) [11].

Как и лингвисты, психологи отмечают креолизованность и идеографичность интернет-текстов; краткость и разорванность высказываний; отсутствие структурированности и завершенности в диалогах. Причем наблюдается особенность: виртуальное общение происходит ради самого общения, бесцельно. Здесь ученые прибегают к аллюзиям «эгоцентрической речи» и «мифологического мышления» в терминологии Ж. Пиаже. Сам процесс поиска информации, когда одна искомая цель перетекает в другую, получил название «эффекта дрейфа целей».

Из перечисленных направлений исследования наиболее перспективным и релевантным в междисциплинарном плане (в связи с лингвистикой в первую очередь) нам кажется исследование идентичности. К тому же основное количество работ в области социально-психологических исследований виртуальности посвящено идентичности пользователей [2].

Психологи полагают, что пользователь реализует свою идентичность с помощью конструирования личностей в виртуальной среде. Этот процесс получил название «игр с идентичностью». Российская исследовательница А.Е. Жичкина отмечает, что «анонимность общения в Интернете обогащает возможности самопрезентации человека, предоставляя ему возможность не просто создавать о себе впечатление по своему выбору, но и быть тем, кем он захочет. То есть, особенности коммуникации в Интернете позволяют человеку конструировать свою идентичность по своему выбору» [5].

Ряд исследователей (Дж. Семпси, А.Е. Жичкина, K.S. Young) выделяют мотивационные и «поисковые» причины конструирования виртуальных личностей. В первом случае подразумевается, что субъект стремится к компенсации своего реального общения [15]. Так, например, в Интернете пользователь может выбрать псевдоним и аватар, которые отражают его образ «Я-идеального» или «Я-фантастического», то есть с той стороны, с которой ему вряд ли удалось бы предстать перед коммуникантом в реальном общении. Нередко такое поведение рассчитано на эффект, может быть девиантным. Во втором случае коммуникант формирует личность с познавательной целью – получения новой информации, эмоций, расширения круга общения. А.Е. Жичкина рассматривает поисковое поведение как единственное, считая, что конструируемая личность зачастую независима от внутренних «Я» субъекта [5, с. 456].

Белинская выделяет несколько основных мотивов создания виртуальной личности:

1. Реализация «идеального Я» (Young).
2. Реализация свойственных личности агрессивных тенденций, не реализуемых в реальном социальном окружении, поскольку это социально нежелательно или небезопасно (Young; Turkle).
3. Желание контроля над собой у пользователей с наличием ярко выраженных деструктивных желаний (Young).
4. Желание произвести определенное впечатление на окружающих.
5. Желание власти (Reid, Deaux, Suler) [2].

Конструирование личностей происходит с разной степенью осознанности и контроля. Субъект коммуникации может рефлексивно осознавать виртуальный образ себя либо автоматически проецировать индивидуальные черты на ситуацию виртуального дискурса, не догадываясь об этом, будучи уверенным, что выступает в коммуникации таким

же, как в реальности. Совпадение образа человека в реальной и виртуальной среде не может быть полным. Создание виртуальных личностей рассматривается как потенциальная возможность. Можно говорить о некоем множестве потенциальных личностей, не всегда реализуемых.

Очевидно, в зависимости от типа конструируемой личности существует два вида идентичности:

1) вообразяемого субъекта коммуникации – «псевдоидентичность» (ники, аватары с изображениями, не отражающими реального субъекта коммуникации) – «виртуальные личности» (по Жичкиной);

2) реального субъекта коммуникации (имена собственные, личные фотографии и т. п.).

Что касается понятия «коммуникация», то существует множество его определений. Одно из определений релевантных области исследования интернет-коммуникации звучит так: «... смысловой акт общения, взаимодействия между двумя и более индивидами, сообщения информации одним лицом другому» [12, с. 22]. Но это определение не отражает языкового аспекта интернет-коммуникации. Обратимся к В.Б. Кашкину, который подчеркивает знаковую природу языка и говорит о процессе коммуникации как о «системе человеческих действий со знаками, соответствующих потребностям и выражающих намерения коммуникантов» [7]. Таким образом, это вербальное и невербальное взаимодействие коммуникантов, взаимный обмен знаковыми сообщениями, отражающими определенные намерения коммуникантов [16].

В общей теории коммуникации рассматривается серия моделей, описывающих коммуникативный процесс. Исходя из их схематического изображения, такие модели условно можно разделить на линейные, циркулярные и «звездообразные».

Линейные модели носят однонаправленный характер, без обратной связи. Наиболее известны модели Лассвелла, Шеннона–Уивера и Якобсона. В Интернете трудно найти коммуникацию, описываемую такой моделью. К ней условно можно отнести адресную рассылку по электронной почте.

Циркулярные модели скорректированы с учетом обратной связи. В них отправителем и получателем может выступать один и тот же субъект коммуникации; оба субъекта равноправны. Существует модель Осгуда–Шрамма [3, с. 134–135]. Эта модель более свойственна коммуникации в чате, через клиенты коротких сообщений (ICQ, Skype и т. д.).

«Звездообразные» модели делают акцент на массовом получателе. Это модификация предыдущих моделей, где отправитель сообщения транслирует на широкую аудиторию, – «один–многим». Они могут отражать процесс массовой рассылки через электронную почту, публикации сетевых СМИ и др. [12, с. 41].

Отдельного упоминания требует модель Якобсона, т. к. дополнительным элементом в ней выделяется код. В интернет-коммуникации

это языковой вербальный и невербальный код. Согласно каждому элементу модели Р. Якобсон выделяет функцию коммуникации. Сравнивая ту или иную форму интернет-коммуникации с этой моделью, можно говорить о наличии или отсутствии в ней перечисленных выше функций.

Благодаря коммуникационным моделям составлена типология коммуникаций:

- по каналу сообщения (непосредственное, опосредованное);
- по форме (монолог, диалог);
- по адресату (личная, публичная);
- по количеству коммуникантов (межличностная, групповая, массовая);
- по коду (вербальная, невербальная);
- по регистру (устная, письменная);
- по профессиональной ориентации (организационная, политическая, учебная и т. д.) [3].

Интернет-коммуникация опосредована сетью Интернет и техническими средствами, по большей части является массовой, но по различным признакам может быть причислена к различным видам коммуникации. Она вербальная и невербальная, межличностная, групповая и массовая, устная и письменная и т. д.

Дискурсивный подход зародился в 1960-70-х гг. и оформился в отдельную дисциплину в 1980-х гг. В рамках данного направления объектом лингвистических исследований является «дискурс» (от фр. discours, англ. discourse).

Приведем два определения дискурса:

1. «Дискурс – это речь, погруженная в жизнь» (по Арутюновой) [1, с. 136–137].

2. Дискурс – это коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте [4].

Многозначность термина отражает междисциплинарные основы дискурсивного подхода. Хотя в данном исследовательском подходе задействованы знания из лингвистики, психологии, социологии, семиотики литературы, все же он относится к лингвистике, поскольку в основании дискурса лежит текст – устный или письменный. В отличие от традиционных подходов он учитывает диалектическую природу языка, значимость роли человека как субъекта и объекта коммуникации в тексте и роль человека в порождении и интерпретации текста [6, с. 276].

Исходя из определений дискурса, можно сказать, что виртуальный дискурс – это текст, погруженный в виртуальную ситуацию общения [10]. Однако понятие «виртуальный» охватывает более широкий спектр опосредованной коммуникации, например, интернет-коммуникация. Существует также понятие «компьютерный дискурс».

Нередко между виртуальным и компьютерным дискурсом не проводят различий. Однако О.В. Лутовинова считает, что виртуальный дискурс дополнительно учитывает особенности виртуальной реальности и включает в себя дискурс через другие коммуникативные средства, отличные от компьютера – телефон, факс и т. д. [9, с. 27–28].

Компьютерный дискурс выпадает из общей типологии дискурсов. Это скорее форма реализации научного, политического, рекламного, педагогического, бытового и других форм дискурса [13]. Иными словами, вышеперечисленные типы дискурса в интернет-коммуникации рассматриваются в рамках виртуального дискурса.

А.И. Самаричева дает такое определение компьютерному дискурсу: «...вся совокупность текстов, объединенная общей тематикой» [14].

Одна из основоположников лингвистического изучения интернет-коммуникации в отечественной науке Е.Н. Галичкина выделяет определенные признаки компьютерного дискурса. Эти признаки указывают на специфику интернет-дискурса и отличают его, по мнению Галичкиной, от интернет-общения.

Конститутивные признаки компьютерного дискурса (по Галичкиной):

- 1) электронный сигнал как канал общения;
- 2) виртуальность;
- 3) дистантность, т. е. разделенность в пространстве и во времени;
- 4) опосредованность (осуществляется с помощью технического средства);
- 5) высокая степень проницаемости;
- 6) наличие гипертекста;
- 7) креолизованность компьютерных текстов;
- 8) по преимуществу статусное равноправие участников;
- 9) передача эмоций, мимики, чувств с помощью «смайликов»;
- 10) комбинация различных типов дискурса;
- 11) специфическая компьютерная этика [17].

Следует заметить, что этот список оценивается неоднозначно. Так, например, А.Б. Кутузов считает, что автор вкладывает иной смысл в понятие гипертекста, или, указывает на избыточность этого списка. Наличие гипертекста, он полагает, не является неотъемлемым признаком интернет-дискурса [8]. В чем-то можно согласиться. Мы считаем, что причина – в неустоявшейся во время написания работы терминологии. В этом смысле работа к настоящему времени устарела и термины, в которые автор вкладывал общий смысл, несколько изменили свое значение.

Гипертекст – отличительная черта интернет-дискурса. Он позволяет всем участникам быть равноправными авторами дискурса: переходить по ссылкам, отправлять другим участникам ссылки на иные ресурсы. Гипертекст – это дополнительное измерение текста. Участники дис-

курса свободно передвигаются в этом интертекстуальном пространстве, тем самым создавая виртуальный дискурс.

Конститутивными категориями дискурса являются его цели, ценности и стратегии, а также прецедентные (культурогенные) феномены [9, с. 28]. Виртуальный дискурс заимствует характеристики дискурса реального и обладает своими уникальными свойствами. Можно рассмотреть специфичность виртуального дискурса по категориям.

Помимо типичных функциональных дискурсивных целей (коммуникативная, учебная и т. п.) выделяется третичная социализация, саморепрезентация и развлечение (игра) [там же]. Первая цель подразумевает вхождение в новую социальную среду, адаптацию к ней. Саморепрезентация отражает желание быть признанным и фактически означает стремление к самоидентификации и конструирование идентичности. Развлекательная цель отражает игровой характер интернет-коммуникации, общение ради общения на фоне редукции познавательного мотива и повествования.

Ценности виртуального дискурса: анонимность, демократичность общения, неограниченная доступность получения информации и завязывания контактов, скорость получения информации и завязывания знакомств, отсутствие пространственных границ, размывание расстояний и стирание роли временного фактора, свобода самовыражения [там же].

Коммуникативные стратегии – организующая, поисковая, позиционирующая, объясняющая, оценивающая, содействующая, дискредитирующая [там же]. Более рельефно в виртуальном дискурсе выступают позиционирующая и дискредитирующая стратегии. Анонимный характер виртуального общения позволяет коммуниканту демонстрировать свое реальное «Я», будучи слабо обусловленным социальными нормами и ограничениями. Проще говоря, он может говорить все, что думает.

Виртуальный дискурс прецедентен. Псевдонимы (ники) участников, аватары-картинки могут отсылать к игровым героям или персонажам фильмов. Таким образом, формируются виртуальные образы прецедентных персонажей, например «Винни Пух», «Красная Шапочка» и др. Интернет-тексты часто прибегают к цитированию юмористических текстов, к игре слов, что также подчеркивает игровой характер коммуникации. Иногда они обращаются к профессиональной компьютерной и интернет-тематике.

Языковая личность в интернет-дискурсе предстает в виде совокупности текстов. В процессе коммуникации она превращается в виртуальную языковую личность. Подвергаются изменению ее отношение к коммуникации, приоритеты, восприятие времени. В то же время некоторые характеристики реальной языковой личности уходят на второй план (пол, возраст, раса, национальность и др.). Так, например, благодаря социальной статусной индифферентности языковая личность формирует демократичность виртуальной коммуникации. Имеется в виду, что

в интернет-коммуникации нет дискриминации в обращении к определенным группам коммуникантов и необязательно к одному участнику обращаться иначе, чем к другому.

Однако при кажущейся свободе и эклектичности обмена информацией, субъект интернет-коммуникации должен понимать, что берет ответственность за ту информацию, источником (не обязательно автором) которой он является. Государственная и коммерческая тайна, частная жизнь, интеллектуальная собственность охраняются законодательством, а интернет-коммуникация находится в правовом поле.

Список литературы

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. 688 с.
2. Белинская Е.П. Интернет и идентификационные структуры личности. 2001. URL: <http://psynet.carfax.ru/texts/bel4.htm> (5.03.2012).
3. Василик М.А., Вершинин М.С., Павлов В.А. и колл. авторов. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. проф. М. А. Василика. М., 2003. 615 с.
4. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 307 с.
5. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростка-пользователя Интернета // Образование и информационная культура. Социокультурные аспекты: труды по социологии образования. / Под ред. В.С. Собкина. М.: Центр социологии образования РАО, 2000. Т. V. Вып. VII. С. 431–460.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
7. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации : крат. курс. 3-е изд., перераб. и доп. М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. 247 с.
8. Кутузов А.Б. Коммуникативные особенности дискурса компьютерных сетевых форумов // Третьи Лазаревские чтения: Традиционная культура сегодня: теория и практика: материалы Всеросс. науч. конф. с международ. участием. Челябинск, 2006. Ч. 2. С. 306–311. URL: http://tc.utmn.ru/files/kutuzov_discourse.pdf (20.03.2013).
9. Лутовинова О.В. Виртуальный дискурс как одно из направлений в исследовании киберпространства // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. «Лингвистика». 2009. Вып.1. С. 26–32. – http://txts.mgou.ru/vestnik/2009/ling_1_2009.pdf (24.03.2013).

10. Лутовинова О.В. Виртуальный дискурс: к определению понятия // Актуальные проблемы лингвистики XXI века: сб. ст. / отв. ред. В.Н. Оношко. Киров, 2006. С. 157–164. URL: <http://www.lingvomaster.ru/files/178.pdf> (24.03.2013).
11. Минаков А.В. Некоторые психологические свойства и особенности Интернет как нового слоя реальности. 1999. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/minakov> (10.03.2013).
12. Розина И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика: монография. М.: Логос, 2005. 439 с.
13. Рублева О.С. Некоторые особенности компьютерного дискурса // Вестник ВятГГУ. Информатика. Математика. Язык. 2005. Вып. 3. С. 191–192. URL: <http://www.lingvomaster.ru/files/190.pdf> (25.03.2013).
14. Самаричева А.И. Англоязычное влияние на немецкий компьютерный дискурс // Язык, коммуникация и социальная среда. Воронеж, 2001. Вып. 1. С. 71–74. URL: http://lse2010.narod.ru/yazik_kommunikatsiya_i_sotsialnaya_sreda_vipusk_1_2001/ai_samaricheva_angloyazichnoe_vliyanie_na_nemetskii_kompyuternii_diskurs/ (21.03.2013).
15. Солодовник В.А. Влияние Интернет-коммуникаций на личность пользователя // Научный потенциал студенчества в XXI веке: материалы IV Международ. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Общественные науки. Ставрополь: СевКавГТУ, 2010. Вып. 2. URL: <http://cyberpsy.ru/2011/01/solodovnik-v-a-vliyanie-internet-kommu/> (21.03.2013).
16. Щипицина Л.Ю. Коммуникативные и медиалингвистические подходы к изучению компьютерно-опосредованной коммуникации // Вестн. Челяб. гос. ун-та. № 35 (173). Филология. Искусствоведение. Вып. 37. 2009. С. 155–159. URL: <http://www.lib.csu.ru/vch/173/030.pdf> (25.03.2013).
17. Галичкина Е.Н. Характеристики компьютерного дискурса // Вестн. ОГУ. 2004. № 10. С. 55–59.

THEORETICAL APPROACHES TO THE STUDY INTERNET COMMUNICATIONS

O.N. Torgovanova

Tver State Technical University, Tver

The article is aimed at the study of scientific approaches to the Internet communication phenomenon. The communication process is often conducted in

writing. The oral nature of Internet communication has created a special virtual language that demanded the attention of sociologists, psychologists, and linguists. Different linguistic approaches (communicative, discursive, etc.) should describe, structure, and identify the laws of Internet communication functioning.

Key words: *Internet communication, discourse, linguistic identity, hypertext, approaches.*

Об авторе:

ТОРГОВАНОВА Ольга Николаевна – старший преподаватель кафедры иностранных языков ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», Тверь. E-mail: sbornik.tstu@mail.ru, maerz25@mail.ru

Author information:

TORGOVANOVA Olga Nikolaevna – Senior Lecturer, Department of Foreign Languages, Tver State Technical University, Tver. E-mail: sbornik.tstu@mail.ru, maerz25@mail.ru