

such components as ecological stereotypes; axiological attitude to the surrounding world; the understanding of Nature as a social value and so on.

We propose some forms of ecological consciousness of a senior pupil: an agnostic form, ideative one, intentional form, transcendent form, ecological and deviant form of ecological consciousness.

Key words: ecological consciousness, ecological society, ecological stereotype, ecological self-image, functions of the ecological consciousness, substructures and components of the ecological consciousness of a senior pupil.

Отримано: 9.07.2014 р.

УДК 159.923

О.М. Немеш

ladyhelen2001@yandex.ru

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ КОМП'ЮТЕРНО-ОПОСЕРЕДКОВАНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Nemesh O.M. Psychological analysis of the computer-mediated communication / O.M. Nemesh // Problems of Modern Psychology: Collection of research papers of Kamianets-Podilskyi Ivan Ohienko National University, G.S. Kostiuk Institute of Psychology at the National Academy of Pedagogical Science of Ukraine / edited by S.D.Maksymenko, L.A.Onufriieva. – Issue 25. – Kamianets-Podilsky: Aksioma, 2014. – P. 329-343.

О.М. Немеш. Психологічний аналіз комп'ютерно-опосередкованої комунікації. У статті проаналізовано комп'ютерно-опосередковані комунікації з психологічної точки зору. Описано групу теорій відфільтрованих сигналів, зокрема теорію соціальної присутності, теорію про брак сигналів соціального контексту та теорію медіа-збагачення. Постулюється через теорію соціальної присутності, що комунікаційні медіа різняться своєю здатністю передавати класи невербальної комунікації на додаток до вербального змісту. Чим меншу кількість знакових систем підтримує певна медіа-система, тим менше відчуття емоційної теплоти та залучення, причетності мають стосовно один одного користувачі цієї системи. Розглянуто теорію про брак сигналів соціального контексту, засновану на припущенні, що комп'ютерно опосередковані комунікації виключають сигнали індивідуальності та нормативної поведінки, що їх взаємодія «лицем до лиця» передає невербально. В теорії медіа-збагаченості стверджено, що є кореляція між ситуацією двозначності повідомлення та багатством середовища, у якому воно передається. Визначено концепт медіа-збагаченості теоретично чотирма вимі-

рами: кількість знакових систем, підтримуваних медіа-середовищем; негайність зворотнього зв'язку, забезпечувана медіа-середовищем; потенціал для розмовного стилю мовлення; рівень персоналізованості повідомлення. Доведено, що другим ядерним концептом моделі медіа-збагаченості є ситуація двозначності повідомлення. Проаналізовано аргументи та дослідження як на користь наведених теорій, так і з точки зору їх критики. Історія суперечностей між тим, що було досліджено в теоріях відфільтрованих сигналів, та більш просоціальними ефектами комп'ютерно-опосередкованих комунікацій може бути пояснена частково методологічними складнощами дослідження взаємодії у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях.

Ключові слова: комп'ютерно-опосередкована комунікація, соціальні взаємодії, теорії відфільтрованих сигналів, теорія соціальної присутності, комунікаційні медіа, теорія про брак сигналів соціального контексту, сигнали індивідуальності, нормативна поведінка, теорія медіа-збагачення.

Е.Н. Немеш. Психологический анализ компьютерно-опосредованной коммуникации. В статье проанализированы компьютерно-опосредованные коммуникации. Описаны группа теорий отфильтрованных сигналов, в частности теория социального присутствия, теория о нехватке сигналов социального контекста и теория медиа-обогащения. Постулируется через теорию социального присутствия, что различные коммуникационные медиа различаются по своей способности передавать классы невербальной коммуникации в дополнение к вербальному содержанию. Чем меньше количество знаковых систем поддерживает определенная медиа-система, тем меньше ощущение эмоциональной теплоты и вовлеченности имеют относительно друг друга пользователи этой системы. Рассмотрена теория о нехватке сигналов социального контекста, основанная на том, что компьютерно-опосредованные коммуникации исключают сигналы индивидуальности и нормативного поведения, которые взаимодействие «лицом к лицу» передает невербально. Утверждено в теории медиа-обогащениях, есть корреляция между ситуацией двусмысленности сообщения и богатством среды. Определены концепт медиа-збагаченості чотирмама ізмереннями: кількість знакових систем, підтримуваних медіа-середой; безотлагательная обратная связь, обеспечиваемая медіа-середой; потенціал для розмовного стилю речі; рівень персоналізованості повідомлення. Доказано, что вторым ядерным концептом модели медиа-обогащенности является ситуация двусмысленности сообщения. Проанализированы аргументы исследования. История противоречий в теориях отфильтрованных сигналов опосредованных коммуникаций может быть объяснена частично методологическими сложностями исследования взаимодействия в компьютерно опосредованных коммуникациях.

Ключевые слова: компьютерно-опосредованная коммуникация, социальные взаимодействия, теории отфильтрованных сигналов, теория

рия соціального присутствия, коммуникационные медиа, теория о нехватке сигналов социального контекста, сигналы индивидуальности, нормативное поведение, теория медиа-обогащения.

Актуальність проблеми. Повсюдність комп'ютерно опосередкованих комунікацій не є достатнім мотивом для того, щоб поставити їх у фокус досліджень міжособистісної комунікації. Як комп'ютерно опосередкована комунікація змінює наші повідомлення – як вони конструюються, чи то для особливих цілей у стосунках, з більшим чи меншим ефектом – залишається важливим питанням, що продовжує бути мотивом у дослідженні міжособистісних комп'ютерно-опосередкованих комунікацій. Як Інтернет впливає на те, щоб мати стосунки? Як і з ким? І як ми управляємо цими стосунками? Як розкриття та демонстративні прояви впливають на інших та на нас самих, і як онлайн-міжособистісні процеси впливають на інструментальну та групову динаміку, уможливлену сучасними технологіями? Як ми використовуємо існуючі технології для цілей стосунків і як ми уникаємо потенційно негативних ефектів, що технології можуть привнести у спілкування в стосунках? Як розробники технологій включають певні властивості у комунікаційні системи, що спеціально призначені для підтримки та покращення стосункових функцій?

Мета нашої роботи полягає у вивченні комп'ютерно-опосередкованих комунікацій та соціальних взаємодій.

Аналіз останніх досліджень. Існує багато методологічних підходів, що використовуються при вивченні комп'ютерно-опосередкованих комунікацій та соціальних взаємодій. Великомасштабні, складні дослідження підраховують, що люди роблять онлайн та що вони говорять про це (наприклад, [8]; the Pew Internet & American Life Project на <http://pewinternet.org/>). Існують збірники метафор, які визначають онлайн-досвід шукачів побачень через Інтернет [6] та інтерпретативні інсайти у групах молодих людей про те, що вони зараз роблять онлайн, і що це означає [3]. Чимало вже опублікованих та підготованих до друку робіт торкаються різних аспектів міжособистісної взаємодії онлайн, включаючи роботи таких авторів, як Амічай-Гамбургер [1], Байм [2], Джоінсон, Маккена, Постемест та Рейпс [7], Коніджн, Утз, Таніс та Барнс [9], та ін. Будь-який з цих підходів демонструє частковий, фрагментарний погляд на мінливий ландшафт міжособистісних комунікацій та комп'ютерно-опосередкованих комунікацій. Жоден дослідник не зможе описати цей ландшафт повністю чи цілком його теоретично підсумувати. Більше того, таке зібрання фактів часто страждає на відсутність узгодженос-

ті, показуючи, що на проблемному полі було пророблено більше роботи, аніж досягнуто консенсусу.

Виклад основного матеріалу. Незважаючи на відносну молодість проблемного поля, є більша кількість теоретичних позицій, що мають пряме відношення до комп'ютерно опосередкованих комунікацій, аніж це може включити будь-який короткий огляд літератури на зразок вищенаведеного. Деякі теорії сформувався і вже готові для перевірки як у світлі емпіричних даних стосовно їх валідності, так і щодо їх теоретичної пояснювальної здатності. Нові технологічні досягнення можуть збільшувати чи змінювати сферу застосування цих теорій. Є також зовсім нові теорії, майже не перевірені, корисність яких може бути предметом сумніву. Отже, ми не маємо на увазі, що єдиними теоріями, яких потребує предметне поле, є такі, що фокусуються саме на комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях. Як зазначають Ізер та Саусвел [13], найбільш корисними поясненнями комп'ютерно-опосередкованої комунікації є такі пояснення, що базуються на добре обґрунтованих теоріях, розвинених у традиційних контекстах. Цей матеріал буде зосереджений на теоретичних формулюваннях, сконцентрованих саме на комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях. Як писав Скотт: «Якщо ми не можемо йти в ногу з новими інноваціями, то ми потребуємо теорій та моделей, які дозволять нам це зробити» [10].

Кульнан та Маркус [4] вважаються авторами терміна відфільтрованих сигналів для позначення групи теорій, що сходяться у припущенні, що комп'ютерно опосередковані комунікації не мають невербальних сигналів і таким чином унеможливується належне виконання соціальних функцій, що зазвичай включають ці сигнали.

Теорія соціальної присутності була запозичена з досліджень телеконференцій як один з перших аналітичних підходів у застосуванні до комп'ютерно опосередкованих комунікацій. Теорія Шорта, Вільямса та Крісті [11] постулює, що різні комунікаційні медіа різняться за своєю здатністю передавати класи невербальної комунікації на додаток до вербального змісту. Чим меншу кількість знакових систем підтримує певна медіа-система, тим менше відчуття емоційної теплоти та залучення, причетності мають стосовно один одного користувачі цієї системи. Вперше застосували цю модель до комп'ютерно-опосередкованих комунікацій Гільц, Джонсон і Ейгл у 1978 році та Райс і Кейс у 1983 році, припустивши, що комп'ютерно-опосередковані комунікації включатимуть вужчий соціоемоційний зміст (контент, напо-

внення), аніж інші, мультимодальні форми комунікації. Численні експерименти підтвердили ці припущення. Незважаючи на це, чимало теоретичних та методологічних зауважень з боку інших дослідників сформували критичну позицію щодо пояснення динаміки комп'ютерно-опосередкованих комунікацій за допомогою концепту соціальної присутності. Ці ж дослідники піддали критиці деякі припущення моделі соціальної присутності.

Незважаючи на неуспіх теорії соціальної присутності в деяких галузях досліджень комп'ютерно-опосередкованих комунікацій, розширені дослідження та формування дефініцій продовжувалися з урахуванням теорії соціальної присутності. Біокка, Гармс та Бургун окреслили кілька дефініцій, що може потребувати ґрунтовна теорія соціальної присутності та перспективи оновленої теорії соціальної присутності для порівняння ефективності різних медіа. К.М. Лі висвітлив різні концепції присутності, включаючи телеприсутність, співприсутність та соціальну присутність. На думку дослідника, кожен з цих трьох концептів описує різні стани сприймання себе та інших у процесі електронної комунікації. Незважаючи на це, різні теоретичні визначення та конструкти часто вживаються взаємозамінно або дублюють один одного. Експеримент Новака та Біокка щодо оптимального рівня антропоморфізму в аватарах, наприклад, порівняв реакції учасників на життєподібні, мультиплікаційні та абстрактні аватари в термінах присутності, співприсутності та соціальної присутності. Кожна зі змінних присутності показала схожий результат: абстрактні аватари більше, ніж життєподібні, стимулюють реакції присутності.

Хоча дослідники здебільшого відкидають припущення, що комп'ютерно-опосередковані комунікації прямо успадковують такі властивості традиційних комунікаційних медіа, як соціальна присутність, це може бути основою для відродження оцінок, що базовані на теорії соціальної присутності, які широко застосовувалися в комп'ютерних комунікаціях першого покоління (текстовий е-мейл, чати та текстові форуми) відносно комп'ютерно-опосередкованих комунікацій наступного покоління (які включають в себе фото, графіку, аудіо або відео). Багато дослідників вважають, що більше немає потреби виражати себе за допомогою раніших, застарілих форм комп'ютерно-опосередкованих комунікацій з мінімальною кількістю сигналів, чи проводити дослідження про такі системи, оскільки зараз ми маємо канали комунікацій з набагато більшою пропускнуною спроможністю та рівнем присутності.

У сучасному світі, де ми знаємо наших комунікаційних партнерів за допомогою фото, якщо не в обличчя, чисто текстові комп'ютерно-опосередковані комунікації без додаткових мультимедіа-засобів можуть вважатися застарілими, оскільки ніколи не покажуть такого ж доброго результату, особливо у порівнянні з новітніми медіа, що демонструють набагато більший рівень присутності. Видається, що хоча формальна теорія соціальної присутності вже не є такою шанованою у багатьох сферах дослідження комп'ютерно-опосередкованих комунікацій, сам концепт соціальної присутності як неминучого наслідку множинних сигналів залишається досі актуальним.

Ймовірно, що соціальна присутність чи інший подібний конструкт буде здатним пояснити, чому люди використовують різні нові медіа для різних стосункових активностей. Спостерігачі нового мультимодального світу стосунків ще мають ідентифікувати узгоджені пояснення щодо стосункових функцій та цілей, з якими застосовуються медіа-системи попереднього та майбутнього поколінь. Разом з тим текстове листування за допомогою е-мейла, мобільних телефонів та 140-символьних твітів підтверджують, що комп'ютерно опосередковані комунікації на основі чистого тексту все же існують.

Як і теорія соціальної присутності, гіпотеза про брак сигналів соціального контексту [12] спричинила проведення численних досліджень щодо міжособистісного та групового впливу у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях, хоча стосовно цієї теорії виникли численні заперечення, що з'явилися у природніх Інтернет-середовищах. Теорія засновувалася на припущенні, що комп'ютерно опосередковані комунікації виключають сигнали індивідуальності та нормативної поведінки, що їх взаємодія «лицем до лица» передає невербально. Як наслідок, згідно з цією моделлю, користувачі комп'ютерно-опосередкованих комунікацій стають деіндивідуалізованими та менш «нормальними»; комп'ютерно опосередковані комунікації відволікають користувачів від пристосування до індивідуальних характеристик інших людей, таких як харизма, домінантність чи прихильність, що має наслідком когнітивну переорієнтацію цих користувачів. Брак невербальних сигналів спонукає їх до того, аби стати зосередженими на собі та резистентними до впливу інших, дезінгібованими, недружніми та емоційно негативними.

Як і щодо теорії соціальної присутності, стосовно гіпотези про брак сигналів соціального контексту була висунута низка критичних зауважень, що призвели до перегляду та уточнен-

ня цієї моделі. Негативні соціальні відповіді у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях були враховані шляхом напрацювання складніших теоретичних моделей, що можуть пояснити негативні афективні результати водночас з позитивними; у дефініції та формулювання були включені безособистісні, міжособистісні та надособистісні ефекти комп'ютерно-опосередкованих комунікацій. Дослідники висловили альтернативні припущення та розробили різні плани досліджень, що мали б привести до розвитку другого покоління теорій комп'ютерно-опосередкованих комунікацій. Ці останні мали передбачити різні соціальні та міжособистісні ефекти комп'ютерно опосередкованих комунікацій залежно від різних контекстуальних факторів.

Одне з таких досліджень було проведено Гуадагно та Чалдіні у 2002 році, які вивчали досягнення консенсусу та соціальний вплив у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях. Дослідники стверджують, що відсутність невербальних сигналів у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях стримує учасників від з'ясування демографічних, особистісних та міжособистісних характеристик інших учасників. Це припущення ґрунтується на тому, що комп'ютерно-опосередкована комунікація не додає сама по собі сили переконливості, як це має місце там, де є невербальні сигнали. Як наслідок, припускають дослідники, користувачі комп'ютерно-опосередкованих комунікацій пишуть повідомлення, спираючись на силу переконливості аргументів, і в цілому менш схильні до зміни установок, аніж учасники офлайн-комунікації. Методично таке дослідження було проведено у форматі дуже коротких комунікативних сесій між незнайомцями за допомогою комп'ютерно-опосередкованих комунікацій і у ситуаціях «лицем до лица». Дослідження продемонструвало, що в комп'ютерно опосередкованому спілкуванні існує ефект штучного стримування формування вражень про співрозмовника.

Інше дослідження переконливості, що використовувало гіпотезу про брак сигналів соціального контексту, включало в себе короткі заздалегідь написані чат-сесії у режимі реального часу як операціоналізацію е-мейлу, хоча робилися заяви про охоплення всього потенціалу переконливості в середовищі електронного листування. Використання синхронного чату для опису асинхронного е-мейл спілкування є сумнівним, хоча напевне не новим підходом.

У подібному дослідженні Еплі та Крюгер стверджують, що брак невербальних сигналів при спілкуванні за допомогою е-мейл стримує користувачів від розшифровування індивідуальних ха-

рактистик інших учасників, що супроводжується демонстрацією хибних очікувань перед взаємодією з майбутнім співрозмовником. Ці автори провели кілька експериментів, в яких вони розподілили досліджуваних на пари інтерв'юера та респондента. Експериментатори попросили інтерв'юерів зазначити високий чи низький рівень інтелекту та екстраверсії у респондента, деякі пари спілкувалися за допомогою голосової системи, у той час як е-мейл співрозмовники використовували систему синхронного чату. В умовах спілкування голосом, хоча діалоги були обмежені до простих, наперед визначених питань та спонтанних відповідей, вони складала дійсну взаємодію між двома реальними (хоча випадково призначеними) особами. На противагу цьому між чат-інтерв'юерами та їхніми несправжніми респондентами не було реальної взаємодії, оскільки відповіді, які інтерв'юери отримували на свої запитання, надсилалися експериментатором, який переводив у текстову форму голосову відповідь респондента на питання, озвучене вголос іншим інтерв'юером. Ця дослідницька стратегія мала на меті запобігти впливу різних мовних відмінностей при комп'ютерно опосередкованих комунікаціях і забезпечити справжнє виявлення відмінностей між комп'ютерно опосередкованим спілкуванням та голосовим спілкуванням. Еплі та Крюгер з'ясували, що хибні передрозмовні очікування залишалися, не зникали повністю навіть в оцінках респондентів після сесій, хоча в дійсності чат-інтерв'юери оцінювали лише транскрипт сказаного респондентами вголос.

Повторне дослідження Вальтера, ДеАндреа та Тонг уточнило методологію попередніх досліджень, зокрема використання транскрибованого усного мовлення у якості операціоналізації відповідей респондентів при комп'ютерно-опосередкованому спілкуванні. Це уточнення було зосереджене на браку реальних взаємодій у попередньому дослідженні і на ролі мови, яка генерується, супроводжуючись голосом, в усному мовленні; і чи було це мовлення структурно та функціонально-ідентичним до мовлення, яке генерувалося у спонтанному комп'ютерно-опосередкованому спілкуванні, де учасники знали, що не існує голосових сигналів, які позначають ідентичність та соціальні смисли. Вальтер, ДеАндреа та Тонг стверджують, що кристувачі комп'ютерно-опосередкованих комунікацій пристосовуються до комунікативного середовища, трансформуючи власне мовлення у такий спосіб, який покликаний компенсувати відсутність невербальних сигналів. Проведене дослідження складалося з серій інтерв'ю як голосом, так і за допомогою комп'ютерно-

опосередкованих комунікацій, де могли генеруватися правдоподібні відповіді респондента інтерв'юєру як голосом, так і за допомогою комп'ютера. Післярозмовні враження користувачів комп'ютерно-опосередкованих комунікацій були оцінені як більш інтелектуальні, аніж враження тих учасників експерименту, які спілкувалися голосом, на противагу висновкам Еплі та Крюгера. Ці висновки Вальтера, ДеАндреа та Тонг узгоджувалися з надособистісною моделлю комп'ютерно-опосередкованих комунікацій Вальтера. Зміна вражень, поєднана з кількістю взаємних висловлювань, узгоджується з теорією обробки соціальної інформації у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях.

Історія суперечностей між тим, що було досліджено в теоріях відфільтрованих сигналів, та більш просоціальними ефектами комп'ютерно-опосередкованих комунікацій може бути пояснена частково методологічними складнощами дослідження взаємодії у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях.

Теорія медіа-збагаченості [5], відома також як теорія інформаційної збагаченості, відпочатково моделювала відносну ефективність різних комунікаційних медіа для зменшення двозначностей у прийнятті рішень при управлінні організацією. Теорія також застосовувалася до міжособистісних ситуацій формального та неформального характеру. Термін «збагачене медіа» часто застосовується в популярній літературі для позначення мультимодального та/або ширококанального медіа, тобто комунікаційного медіа, що підтримує водночас вербальні та невербальні сигнальні системи.

Теорія медіа-збагаченості є однією з найбільш популярних моделей комп'ютерно-опосередкованих комунікацій. Причиною цієї популярності може бути те, що основні ядерні конструкти положення цієї теорії є надзвичайно інтуїтивно зрозумілими, особливо сам концепт медіа-збагаченості. Цей концепт, в свою чергу, теоретично визначається чотирма вимірами:

- кількістю знакових систем, підтримуваних медіа-середовищем;
- негайністю зворотнього зв'язку, забезпечувана медіа-середовищем (від не унаправленої, як е-мейл розсилка, через асинхронну двонаправлену, як у е-мейлі чи веб-форумі, до одночасної двонаправленої взаємодії, як відеоконференції);
- потенціалом для розмовного стилю мовлення (у порівнянні з більш формальними жанрами меморандуму, бізнес-листа, доповіді чи звіту);

- рівнем персоналізованості повідомлення (тобто ступенем, до якого повідомлення може бути адресоване окремому, конкретному індивіду).

Отже, згідно з оригінальним формулюванням, комунікація «лицем до лица» є найбагатшою, оскільки вона включає мультимодальні знакові системи, одночасні обміни між відправником і реципієнтом (у тому числі найвища негайність зворотнього зв'язку), розмовний стиль природнього мовлення та персоналізація повідомлення. Телефонні розмови, листи та офіційні документи являють собою спадний рівень інформаційної збагаченості.

Другим ядерним концептом моделі медіа-збагаченості є ситуація двозначності повідомлення. Двозначність визначається як міра або ступінь того, наскільки ситуація прийняття рішення та пов'язана з нею інформація є суб'єктами множинних інтерпретацій.

Теорія медіа-збагаченості стверджує, що є кореляція між ситуацією двозначності повідомлення та багатством середовища, у якому воно передається. Для більшої ефективності вищій рівень двозначності вимагає більшої медіа-збагаченості, а відповідно менший рівень двозначності вимагає меншу медіа-збагаченість. Хоча теорія медіа-збагаченості була відпочатково сформульована у такому ключі, що результат оптимального співпадіння (чи неспівпадіння) впливає на ефективність, вона часто описується у літературі як така, що пов'язана з комунікаційною ефективністю.

Вальтер і Паркс критикували модель медіа-збагаченості як таку, що не спроможна генерувати гіпотези, які підходили б до багатьох форм комп'ютерно-опосередкованої комунікації. Дослідники зосереджували свою увагу на чотирьох вимірах збагаченості. Застосовуючи ці критерії до традиційних медіа, легко помітити, що всі чотири виміри мають тенденцію утворювати різні поєднання один з одним при порівнянні різних медіа. Зрозуміло, що, наприклад, при порівнянні спілкування «лицем до лица» та офіційної ділової документації буде очевидно наявність меншої кількості знакових систем, меншої негайності зворотнього зв'язку, меншого рівня природності мовлення та меншої персоналізації повідомлення. Однак е-мейл не так добре вписується у цю схему. Хоча е-мейл зазвичай складається у формі простого тексту і, таким чином, є «бідним» у смислі множинності кодів, е-мейл-повідомленнями можна обмінюватися відносно швидко (особливо, якщо всі учасники обміну знаходяться

одночасно онлайн), спілкування за допомогою е-мейл може використовувати неформальний розмовний стиль мовлення або формальний стиль на вибір кореспондентів, і так само великими є можливості е-мейлу щодо персоналізації повідомлення. Подібним чином людина може використовувати соціальні мережі для передачі інформації про себе на велику аудиторію, але соціальні мережі також дають можливість публічної демонстрації відносно приватних діалогів двох учасників (наприклад, між друзями), які є часом написаними у дуже особистому, навіть ідіоматичному ключі. Як показують ці приклади, теорія медіа-збагачення не пропонує чіткого методу для визначення єдиних параметрів цього збагачення, оскільки описові критерії, з яких складається визначення медіа-збагачення, можуть відображати дуже різні цінності. Дослідники не можуть застосовувати таку модель до медіа, що пропонує таку велику розбіжність між характеристиками збагачення. Це зауваження може бути основоположним фактором, покладеним в основу критичних зауважень щодо емпіричного підтвердження моделі медіа-збагачення у дослідженнях комп'ютерно-опосередкованих комунікацій.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Нами проаналізовано комп'ютерно-опосередковані комунікації з психологічної точки зору. Як зазначають Ізер та Саусвел [13], найбільш корисними поясненнями комп'ютерно-опосередкованої комунікації є такі пояснення, що базуються на добре обґрунтованих теоріях, розвинених у традиційних контекстах. Розглянуто багато методологічних підходів, що використовуються при вивченні комп'ютерно-опосередкованих комунікацій та соціальних взаємодій. Описано групу теорій відфільтрованих сигналів, зокрема теорію соціальної присутності, теорію про брак сигналів соціального контексту та теорію медіа-збагачення. Кульнан та Маркус [4] вважаються авторами терміна «відфільтрованих сигналів» для позначення групи теорій, що сходяться у припущенні, що комп'ютерно-опосередковані комунікації не мають невербальних сигналів, і отже, унеможлиблюється належне виконання соціальних функцій, що зазвичай включають ці сигнали.

Теорія соціальної присутності Шорта, Вільямса та Крісті [11] постулює, що різні комунікаційні медіа різняться своєю здатністю передавати класи невербальної комунікації на додаток до вербального змісту. Чим меншу кількість знакових систем підтримує певна медіа-система, тим менше відчуття емоційної теплоти та залучення, причетності мають стосовно один одного користувачі цієї системи. Численні експерименти підтверди-

ли ці припущення. Незважаючи на це, чимало теоретичних та методологічних зауважень з боку інших дослідників сформува-ли критичну позицію щодо пояснення динаміки комп'ютерно-опосередкованих комунікацій за допомогою концепту соціальної присутності. Хоча дослідники здебільшого відкидають припущення, що комп'ютерно-опосередковані комунікації прямо успадковують такі властивості традиційних комунікаційних ме-діа, як соціальна присутність, це може бути основою для відро-дження оцінок, що базуються на теорії соціальної присутності, які широко застосовувалися в комп'ютерних комунікаціях пер-шого покоління (текстовий е-мейл, чати та текстові форуми) від-носно комп'ютерно-опосередкованих комунікацій наступного покоління (які включають в себе фото, графіку, аудіо або відео). Багато дослідників вважають, що більше немає потреби виража-тися себе за допомогою раніших, застарілих форм комп'ютерно-опосередкованих комунікацій з мінімальною кількістю сигна-лів, чи проводити дослідження про такі системи, оскільки зараз ми маємо канали комунікацій з набагато більшою пропускнуою спроможністю та рівнем присутності.

Теорія про брак сигналів соціального контексту [12] спри-чинила до проведення досліджень щодо міжособистісного та групового впливу у комп'ютерно-опосередкованих комуніка-ціях, хоча до цієї теорії виникли численні заперечення, що з'явилися у природніх Інтернет-середовищах. Теорія заснову-валася на припущенні, що комп'ютерно-опосередковані комуні-кації виключають сигнали індивідуальності та нормативної по-ведінки, що їх взаємодія «лицем до лица» передає невербально. Як наслідок, згідно з цією моделлю, користувачі комп'ютерно-опосередкованих комунікацій стають деіндивідуалізованими та менш «нормальними»; комп'ютерно опосередковані кому-нікації відваджують користувачів від пристосування до інди-відуальних характеристик інших людей, таких як харизма, домінантність чи прихильність, що має наслідком когнітивну переорієнтацію цих користувачів. Брак невербальних сигналів спонукає їх до того, аби стати зосередженими на собі та резис-тентними до впливу інших, дезінгібованими, недружніми та емоційно негативними.

Щодо теорії соціальної присутності, стосовно гіпотези про брак сигналів соціального контексту була висунута низка критичних зауважень, що призвели до перегляду та уточнен-ня цієї моделі. Негативні соціальні відповіді у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях були враховані шляхом на-

працювання складніших теоретичних моделей, що можуть пояснити негативні афективні результати водночас з позитивними; у дефініції та формулювання були включені безособистісні, міжособистісні та надособистісні ефекти комп'ютерно-опосередкованих комунікацій. Дослідники висловили альтернативні припущення та розробили різні плани досліджень, що мали б привести до розвитку другого покоління теорій комп'ютерно опосередкованих комунікацій.

Теорія медіа-збагаченості [5], відома також як теорія інформаційної збагаченості, відпочатково моделювала відносну ефективність різних комунікаційних медіа для зменшення двозначностей у прийнятті рішень при управлінні організацією. В теорії медіа-збагаченості стверджується, що є кореляція між ситуацією двозначності повідомлення та багатством середовища, у якому воно передається. Визначено концепт медіа-збагаченості теоретично чотирма вимірами: кількість знакових систем, підтримуваних медіа-середовищем; негайність зворотнього зв'язку, забезпечувана медіа-середовищем; потенціал для розмовного стилю мовлення; рівень персоналізованості повідомлення. Другим ядерним концептом моделі медіа-збагаченості є ситуація двозначності повідомлення. Вальтер і Паркс критикували модель медіа-збагаченості як таку, що не спроможна генерувати гіпотези, які підходили б до багатьох форм комп'ютерно опосередкованої комунікації. Дослідники зосереджували свою увагу на чотирьох вимірах збагаченості. Теорія медіа-збагачення не пропонує чіткого методу для визначення єдиних параметрів цього збагачення, оскільки описові критерії, з яких складається визначення медіа-збагачення, можуть відображати дуже різні цінності. Дослідники не можуть застосувати таку модель до медіа, що пропонує таку велику розбіжність між характеристиками збагачення. Це зауваження може бути основоположним фактором, покладеним в основу критичних зауважень щодо емпіричного підтвердження моделі медіа-збагачення у дослідженнях комп'ютерно-опосередкованих комунікацій.

Отже, нами проаналізовано аргументи та дослідження як на користь наведених теорій, так і з точки зору їх критики. Історія суперечностей між тим, що було досліджено в теоріях відфільтрованих сигналів, та більш просоціальними ефектами комп'ютерно-опосередкованих комунікацій може бути пояснена частково методологічними складнощами дослідження взаємодії у комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях.

Список використаних джерел

1. Amichai-Hamburger, Y. The social net: Understanding human behavior in cyberspace / Y. Amichai-Hamburger . – Oxford, UK: Oxford University Press., 2005. – 296 p.
2. Baym N. K. Personal connections in the digital age / N. K. Baym. – Cambridge, UK: Polity Press, 2010. – 196 p.
3. Boyd D. Why youth V social network sites: The role of networked publics in teenage social life / D. Boyd. // Youth, identity, and digital media Cambridge: MIT Press, – 2007. – PP. 119-142.
4. Culnan M. J. Information technologies / M. J. Culnan, M. L. Markus. // Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective – Newbury Park, CA: Sage. – 1987. – PP. 420-443.
5. Daft R. L. Organizational information requirements, media richness and structural design / R. L. Daft, R. H. Lengel // Management Science. Vol. 32. – 1986. – PP. 554-571.
6. Heino R. D. Relationshopping: Investigating the market metaphor in online dating / R. D. Heino, N. B. Ellison, J. L. Gibbs // Journal of Social and Personal Relationships. Vol. 27. – 2010. – PP. 427-447.
7. Joinson A. The Oxford handbook of Internet psychology / A. Joinson, K. McKenna, T. Postmes, U. – D. Reips. – Oxford, UK: Oxford University Press, 2007. – 508 p.
8. Katz J. E. Social consequences of Internet use: Access, involvement, and interaction / J. E. Katz, R. E. Rice. – Cambridge: MIT Press, 2002. – 460 p.
9. Konijn E. A. Mediated interpersonal communication / E. A. Konijn, S. Utz, M. Tanis, S. B. Barnes. – New York: Routledge, 2008. – PP. 309–330.
10. Scott C. R. A whole-hearted effort to get it half right: Predicting the future of communication technology scholarship / C. R. Scott // Journal of Computer-Mediated Communication. Vol. 14. – 2009. – PP. 753-757.
11. Short J. A. The social psychology of telecommunication / J. A. Short, E. Williams, B. Christie. – Chichester : John Wiley, 1976.
12. Siegel J. Group processes in computer-mediated communication / J. Siegel, V. Dubrovsky, S. Kiesler, T. W. Mcguire // Organizational Behavior and Human Decision Processes. Vol. 37. – 1986. – PP. 157-187.

13. Yzer M. C. New communication technologies, old questions / M. C. Yzer, B. G. Southwell // American Behavioral Scientist. Vol. 25. – 2008. – P. 8-20.

O.M. Nemesh. Psychological analysis of the computer-mediated communication. The article envisages the computer-mediated communication from a psychological point of view. We consider many methodological approaches used in the study of computer-mediated communication and social interactions. We described a group of theories of filtered signals, in particular the theory of social presence, the theory about the lack of social context signals and the theory of media enrichment. Through the theory of social presence we postulated the various communicative media differ in their ability to transmit nonverbal communication classes in addition to verbal content. The less number of sign systems a certain media system supports, the less feeling of emotional warmth and involvement, the participation the users of this system have in relation to each other. We considered the theory about the lack of social context signals based on the assumption that computer-mediated communications except signals of identity and normative behavior, their interaction «face to face» is conveyed nonverbally. The author confirmed in the theory of media-enrichment there is a correlation between the situation of ambiguity of the message and the riches of the environment in which it is passed. The concept of media enrichment is defined theoretically in four dimensions: the number of sign systems supported by media environment; urgency of feedback communication provided by media environment; the potential for the conversational style of speech; the level of personal message. The second nuclear concept of the model of media enrichment is the situation of a message ambiguity. The arguments and studies are analysed for the benefit of the above theories, and from the point of view of their critics. The history of contradictions between what was studied in theories of filtered signals and more prosocial effects of computer-mediated communication can be explained by partly methodological problems of the research of interaction in computer-mediated communications.

Key words: computer-mediated communication, social interactions, filtered signal theory, the theory of social presence, communication media, theory about signals lack of social context, signals of identity, normative behavior, the theory of media enrichment.

Отримано: 12.07.2014 р.