Резаев Андрей Владимирович, доктор философских наук, заведующий кафедрой сравнительной социологии Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: a.rezaev@spbu.ru

Трегубова Наталья Дамировна, кандидат социологических наук, ассистент кафедры сравнительной социологии Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: n.tregubova@spbu.ru

НОВЫЕ МЕДИА И «УМНЫЕ ВЕЩИ»: КАК НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АКТУАЛИЗИРУЮТ РАЗЛИЧИЕ МЕЖДУ ОБЩЕНИЕМ И КОММУНИКАЦИЕЙ?[1]

«Общение» и «коммуникация» в современном русском языке используются взаимозаменяемо. В обыденной речи эти слова нередко используются как синонимы, в то время как в научном сообществе проблематика общения подменяется концептуальным аппаратом, связанным с коммуникацией. В данной статье мы утверждаем, что развитие современных технологий диктует необходимость принципиального различения общения и коммуникации. В эпоху стремительного развития новых медиа и «умных вещей» многообразие средств коммуникации и форм общения более не может быть адекватно описано и объяснено лишь в терминах коммуникации. На примере пяти вопросов о процессе коммуникации, сформулированных Г. Ласуэллом, мы указываем на существенное концептуальное различие понятий «общение» и «коммуникация» и соответствующий ему водораздел исследовательских вопросов. Таким образом, для глубокого и проницательного изучения современной действительности в эпоху стремительного технологического развития интерес исследователей должен быть помещен в концептуальные рамки социальной аналитики общения.

Ключевые слова: *коммуникация, общение, новые медиа, «умные вещи», цифровое общество.*

Andrey V. Rezaev, Dr. Sci. (Philos.), Chairperson of Comparative Sociology, St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: a.rezaev@spbu.ru

Natalia D. Tregubova, PhD in Sociology, Assistant Professor at the Chair of Comparative Sociology, St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: n.tregubova@spbu.ru

NEW MEDIA AND ‘SMART THINGS’: HOW DO NEW TECHNOLOGIES OBJECTIFY THE DISTINCTION BETWEEN ‘SOCIAL INTERCOURSE’ AND ‘COMMUNICATION’?

The terms ‘social intercourse’ (‘obshchenie’) and ‘communication’ are used as identical notions in modern Russian language. Indeed, average language users often apply these words as synonyms while scholars substitute the discussion concerning social

intercourse with a conceptual apparatus of communication studies. In this paper, we argue that the development of online technologies necessitates a differentiation between 'social intercourse' and 'communication'. The expansion of new media and 'smart things' into everyday life elevates a variety of research questions which can no longer be adequately addressed in the terms developed explicitly for communication studies. We highlight the conceptual distinction in the scholarly usage of the terms 'social intercourse' and 'communication'. We argue that taking into account the specifics of today's reality researchers should switch their attention and develop a conceptual framework as well as basics for empirical research of the phenomenon of social intercourse.

Key words: *communication, social intercourse, new media, 'smart things', digital society.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.1.2019.2545

Введение

Коммуникация – термин, охвативший множество сфер жизни, начиная с разнообразных научных областей, продолжая средствами массовой информации и заканчивая обыденной жизнью. С 1960-х гг. употребление термина в научном сообществе неуклонно и стремительно растет[2], а первую тройку неизменных лидеров по его использованию составляют инженерные, компьютерные и медицинские науки (*engineering, computer science and medicine*). Инфляция термина не обошла стороной и социальные науки. Будучи разработанной математиками, теория коммуникации в различных ее проявлениях прочно внедрилась в аналитику массовых и межличностных взаимодействий. Однако в настоящий момент можно говорить о том, что некогда плодотворный операциональный концепт, призванный *схватить* некоторый аспект изучаемого мира, превратился в своего рода код, *общий знаменатель*, используемый для обозначения слишком широкого круга явлений, при этом зачастую мало что предлагающий в аналитическом плане.

Иная судьба у термина *общение*. То, что начиналось как одна из базовых категорий осмысления зарубежных классиков социальной мысли, устоявшийся *рабочий* термин и живая исследовательская проблема в русскоязычной научной литературе, отошло на задний план и приобрело оттенок профанного словоупотребления. Несмотря на возрождение интереса в современных социальных исследованиях к общению как неотъемлемому феномену реальности человеческого взаимодействия, на сегодняшний день такие исследования сложно назвать мэйнстримом; кроме того, существует серьезный разрыв между теоретизацией общения и эм-

пирическими инструментами его изучения (Резаев, Трегубова, 2017).

Подмена исследования общения исследованием коммуникации проявляется как на уровне простого словоупотребления, так и на уровне фундаментальных теоретических предпосылок. В данной статье мы покажем, что такой шаг приводит к потере целого ряда эвристически плодотворных исследовательских вопросов. В ситуации возникновения и быстрого развития не только новых сред для взаимодействия между людьми, но и новых субъектов взаимодействия как таковых, а также формирования все большего числа точек их пересечения, концептуальный аппарат, завязанный на устоявшемся осмыслении коммуникации, приводит к неспособности исследователя зафиксировать и измерить существенные характеристики новых явлений.

Цель настоящей статьи – поиск ответа на вопрос: как исследования современных медиа, новых средств связи и связанных с ними технических устройств актуализируют необходимость в *понимании* и *применении* в конкретных исследованиях различия между общением и коммуникацией? В отличие от наших прежних публикаций, в которых мы также рассматриваем проблему демаркации общения и коммуникации (Резаев, Трегубова, 2015; 2017), в этом тексте предметом обсуждения является не столько научное знание и его динамика в отношении коммуникации и общения, сколько новые явления социальной реальности, которые сегодня во многом эту динамику определяют.

Статья организована следующим образом. Мы начнем с определения базовых терминов и проясним научный контекст, в котором они используются. Далее в самых общих чертах представим набросок нового исследовательского поля, связанного с развитием и вхождением в повседневную жизнь новых медиа и *умных вещей*. В заключительной части статьи на основе концептуального различия понятий *общение* и *коммуникация* мы выделим новые исследовательские проблемы для современного социально-научного знания на примере критического анализа пяти вопросов о процессе коммуникации, сформулированных Г. Ласуэллом.

Общение и коммуникация: различение понятий

При попытке провести границу между понятиями *коммуникация* и *общение* возникает затруднение, причина которого – во взаим-

ном наложении обыденного словоупотребления и научной терминологии, различной в разных дисциплинах.

В социальных науках (и в русскоязычной литературе, и в мировой) под рубрикой *коммуникация* исследуются самые разные проблемы, термином обозначаются самые разные явления. Дж. Петерс, исследователь, принадлежащий к направлению *communication studies*[3], замечает: «Коммуникация – это слово, которое используют, чтобы охватить несочетаемое сочетание идей, институтов, технологий и интересов» (Peters, 1986: 541). Р. Крэйг, еще один теоретик коммуникации, утверждает: «Можно видеть, что, за исключением небольших [исследовательских] групп, теоретики коммуникации не спорят и не соглашаются друг с другом. Не существует ни канона общей теории, на которую они ссылаются, ни общих целей, которые объединяли бы их, ни дискуссионных вопросов, которые бы служили яблоком раздора. По большей части, они просто игнорируют друг друга» (Craig, 1999: 119–120).

Такое состояние исследовательского поля, по-видимому, объясняется противоречием между широким значением слова *communication* в обыденном языке в тех странах, где слово не является заимствованием, и узким значением научного термина. Так, в английском языке, согласно *Oxford Dictionaries*, выделяются три базовых значения слова[4]. Первое: *communication* (в единственном числе) определяется как «передача или обмен информации с помощью речи, письма или использовании иного посредника». Это значение, в свою очередь, распадается на три: 1) «письмо или послание, содержащее информацию или новости»; 2) «успешная передача или распространение идей или чувств»; 3) «социальный контакт». Второе значение: *communications* (во множественном числе) – «средства отправления или получения информации, такие как телефонные линии или компьютеры». Третье значение: *communications* (во множественном числе) – «средства для путешествия или транспортировки благ, такие как дороги или железнодорожные пути». Таким образом, коммуникацией называется то, что имеет отношение к установлению связей.

Узкое значение коммуникации в научном дискурсе связано, прежде всего, с моделью общей теории коммуникации, которая была предложена в конце 1940-х гг. математиком К. Шенноном и инженером У. Уивером и впоследствии дорабатывалась многими исследователями. К. Шеннон и У. Уивер выделили пять составляющих процесса коммуникации: 1) источник; 2) послание; 3) преобразователь сигнала (кодирование и декодирование информации); 4) получатель

сигнала; 5) цель (Shannon, Weawer, 1949: 5). В 1948 г. Г. Ласуэлл предложил модель коммуникации в человеческом обществе, которая характеризуется вопросами: «Кто передает информацию? Что это за информация? По каким каналам? Кому? С каким эффектом?» (Laswell, 1948). Таким образом, слово *коммуникация* фиксирует наличие некоторой связи (не обязательно между людьми или даже между живыми существами); в качестве научного термина она либо обозначает процесс передачи информации, либо используется эклектично, для обозначения самых разных явлений. Первое в целом характерно для технических наук, второе – для наук социальных.

Общение, как и *коммуникация*, охватывает чрезвычайно широкий круг явлений. Однако если *коммуникация* распадается на несколько предметных полей; то *общение* все-таки характеризует сходные процессы в человеческом обществе. «Толковый словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова (Толковый словарь..., 1994: 727) дает следующее определение: «Общение – множественного числа нет – взаимные сношения, связь». В «Словаре русского языка» под редакцией А. П. Евгеньевой (Словарь..., 1986: 576) общение определяется как «а) действие по значению глагола общаться, т. е. поддерживать отношения, встречаться; б) взаимные сношения, деловая или дружественная связь». Такое же толкование дает «Словарь русского языка» С. И. Ожегова (Ожегов, 1987: 376). Таким образом, в русском языке *общение* обозначает феномены, которые характеризуются: 1) социальностью, понимаемой как установление межчеловеческих взаимосвязей; 2) процессуальностью; 3) взаимной направленностью.

Переходя к характеристике *общения* как научного термина, следует различать два вопроса: является ли *общение* термином в русскоязычной науке и как *общение* – в качестве термина – может быть переведено на другие языки? Ответы на указанные вопросы различаются для разных дисциплин. *Общение* действительно было рабочим термином и реальной исследовательской проблемой для советской философии и социальной психологии (Резаев, Трегубова, 2017). Г. М. Андреева, Г. С. Батищев, Л. П. Буева, М. С.Каган, Б. Д. Парыгин, Ю. Д. Прилюк, В. М. Соковнин развивали тезис К. Маркса и Ф. Энгельса об общении как реализации общественных отношений, по-разному трактуя и критикуя их идеи. В рамках теоретических дискуссий, начиная с 1960-х гг., проблемы общения обсуждались в рамках дихотомий *общение–деятельность* и *общение–общественные отношения*, а само *общение* выступает как важная философская категория. В других социальных науках – социологии, антропологии, журналистике – *общение*

использовалось и продолжает использоваться эпизодически, скорее как слово из обыденного языка, нежели как научный термин.

В международной (англоязычной, франкоязычной, германоязычной) социальной науке ситуация обстоит сложнее (Резаев, Трегубова, 2017). В XIX – начале XX в. основоположники социальной науки (К. Маркс, Э. Дюркгейм, М. Вебер, Г. Зиммель) использовали собственную терминологию для обозначения того круга явлений, которые в русском языке именуются общением[5]. В середине XX в. многообразие терминов, обозначающих феномен общения, сначала сводится, а потом и замещается *коммуникацией*, понимаемой в узкотехническом смысле. Как следствие, общение людей – для науки того времени – сводится к обмену информацией с теми или иными последствиями. Наконец, во второй половине XX в. в отдельных направлениях социальных наук (символический интеракционизм, теория коммуникативного действия, этнометодология, конверсационный анализ) происходит *переоткрытие* общения как феномена, представляющего особый интерес и отличного от обмена информацией. Однако для основной массы социальных ученых *коммуникация* продолжает использоваться как основной термин, причем этот термин уже ничего не значит – или значит все, что удобно исследователю.

Почему общение исчезло из социальной науки в середине XX в. и с таким трудом возвращается в нее? Мы полагаем, не в последнюю очередь потому, что так никто и не сумел количественно его измерить. Информация же вполне измерима. Отсюда, по-видимому, следует закрытость, *эзотеричность* и сложность исследовательских направлений и школ, которые все-таки пытаются исследовать (и измерить) общение: достаточно упомянуть этнометодологию и конверсационный анализ (Dennis, Philburn, Smith, 2013).

Тем не менее, несмотря на заманчивую легкость в замещении исследований общения измерением коммуникаций, легкий путь, как представляется, заводит тупик. Исследования общения отталкиваются от иных, нежели исследования коммуникации, вопросов. Как возможно общение? Как создается общность между субъектами? Как общение изменяет самих субъектов? Если исследования коммуникации идут от осмысления обмена информацией между системами, то исследования общения – от рефлексии над субъект-субъектными отношениями. В качестве своей предпосылки они предполагают концепцию человека социального и эмоционального, способного изменяться и подверженного влиянию общественных отно-

шений. Базовая метафора исследований коммуникации – передача информации (односторонняя или с обратной связью) – оказывается недостаточной для фиксации и интерпретации феноменов общения; ее замещают более сложные метафоры, такие как дебаты (в теории коммуникативного действия) или религиозный ритуал (в дюркгеймианской микросоциологии) (Резаев, Трегубова, 2015, 2017).

Подводя итоги, мы делаем вывод, что в обыденном языке *общение* и *коммуникация* могут выступать синонимами, однако для социальных наук терминологическое различие между ними выражается в нескольких существенных моментах.

Во-первых, в моделях коммуникации конституирующими элементами не обязательно выступают люди. Системная методология анализа коммуникации с необходимостью включает положение о коммуникации как элементе различных систем: физических, физиологических (биологических), социальных. Каждая из этих систем задает и определяет свои специфические параметры и характеристики, которые прослеживаются в процессе коммуникации. Общение, напротив, характеризует сферу межчеловеческих контактов и взаимосвязей.

Во-вторых, когда речь идет о *социальной* коммуникации как о предмете исследования социальных наук, исследователи, как правило, имеют в виду обмен знаками/смыслами/информацией, осуществляющийся с помощью языковых и неязыковых средств (вербальная и невербальная коммуникация) (Соколов, 2002). В случае общения, напротив, еще К. Маркс предлагал различать материальное и духовное общение (Маркс, Энгельс, 1955), причем их сущность, структура и динамика может и должна рассматриваться не по отдельности, но совместно, как разновидности одного рода явлений.

В-третьих, коммуникация характеризует не только акт отправления/получения сообщения, но и сами каналы/средства связи: слово *коммуникация* во множественном числе – *коммуникации* – будет обозначать эти самые средства: так, телеграфные провода – это *коммуникации* (в английском языке этому соответствуют *communication* и *communications*). Общепринятые классификации коммуникации – вербальная и невербальная, массовая и межличностная – также основаны на выделении специфических каналов и средств коммуникации. Для общения же характеристика средств представляется важным, но не определяющим вопросом.

Наконец, необходимо указать на последнее и наиболее важное различие. Уже в базовой модели Ласуэлла целесообразность рас-

сматривается как неотъемлемый элемент коммуникации: сообщения отсылаются с определенной целью, и ее достижение или недостижение определяет динамику коммуникации. Общение, напротив, является целью в себе: намерение *приятно пообщаться* не может быть реализовано вне вовлечения в процесс общения, более того – трудно помыслить алгоритм, с помощью которого оно могло бы быть реализовано. Если коммуникация является средством для осуществления некоторой цели, то общение – это цель в себе, в нем цель и средство совпадают.

Таким образом, исследования общения и исследования коммуникации – если речь идет о человеческом обществе – различаются не столько объектом, сколько концептуальными приоритетами и исследовательскими вопросами, которые этому объекту адресуются. Соотношение понятий *общение* и *коммуникация* зависит от избранной перспективы: если одно из них принимается как исходное, второе становится дополнительным и обозначает лишь один из аспектов первого. С точки зрения коммуникативистики, общение предстает как коммуникация в социальном контексте, коммуникация людей. Более того, общение – это *грязная* коммуникация, которая с неизбежностью предполагает шумы (информация может быть понята неверно из-за плохого настроения собеседника или из-за незнания культурных кодов). С точки зрения социальной аналитики общения, коммуникация – это один из аспектов общения, информационный обмен, вырванный из контекста производства общности/ разобщенности. Коммуникация также может быть понята как целерациональный аспект общения, в некотором смысле внешний по отношению к внутренней динамике общения и не обязательно присутствующий в реальной ситуации взаимодействия.

Новые технологии как среда и участники взаимодействия

Вышесказанное относится к внутренней динамике социального знания. Существует и другая причина для обращения к различию между общением и коммуникацией. Проблема не только в том, что существующее употребление терминов не позволяет увидеть некоторые вечные явления человеческой жизни. Проблема еще и в том, что устаревший, внутренне противоречивый концептуальный словарь не позволяет сформулировать исследовательские вопросы в отношении новых явлений, зафиксировать и измерить их существенные характеристики.

Новые явления, о которых идет речь, могут быть условно разделены на два блока: те явления, что связаны с появлением новой среды (медиа) для взаимодействий между людьми, и явления, которые предполагают иные, ранее не существовавшие субъекты взаимодействия. Обе тенденции находят все больше точек пересечения: новые медиа задействуют все более сложные алгоритмы и включают все больше автономных (цифровых) агентов, а технологии искусственного интеллекта все в большей степени переориентируются на взаимодействие с человеком и на создание среды для взаимодействия. В качестве примера рассмотрим типичную повседневную ситуацию: два человека беседуют, и в процессе беседы один из них периодически утыкается в смартфон. Почему это происходит? Имеет ли место коммуникация (две параллельных коммуникации)? С кем именно взаимодействует человек, использующий смартфон? Важно ли, чем именно он там занят, для собеседника, разговор с которым прерывается? Наконец, что при этом происходит с человеческим общением? В другом месте мы обсуждаем данные феномены под рубрикой искусственной социальности и анализируем реакцию на их возникновение со стороны представителей социальных наук (Rezaev, Tregubova, 2018). Здесь же нас интересует то, как именно искусственная социальность актуализирует старые дебаты об общении и коммуникации.

Возникновение новых средств коммуникации/новой среды для взаимодействия/новых форм общения ставит перед социальными учеными исследовательские проблемы, которые обсуждаются и в конкретных эмпирических исследованиях, и в философских дискуссиях. В исследованиях коммуникации в профессиональной журналистской среде данные проблемы часто описываются в терминах новых медиа – новых средств и каналов связи с аудиторией, которые определяют новые возможности для воздействия на нее и для получения обратной реакции и конкурируют со старыми медиа (Коломиец, 2016; Вартанова, 2015; Дугин, Куприянов, 2017). Под новыми медиа часто подразумевается Интернет, а также технические гаджеты, обеспечивающие доступ к нему. Те же технологии получают несколько иное осмысление в социологии, социальной психологии, антропологии и иных науках, интересующихся социальными предпосылками и эффектами распространения Интернета в повседневной жизни. В результате на пересечении старых дисциплинарных полей и новых исследовательских проблем возникает область интернет-исследований (Колозариди, Макушева, 2018; Рыков, Нагорный, 2017).

Какие загадки задает социальным ученым Интернет как совокупность новых феноменов, как новая среда для обмена информацией, поддержания общностей, связи с аудиторией? Интернет и цифровизация социально-экономического развития ведут к изменению в базовых принципах того, как люди живут, работают и общаются (Floridi, 2015). Распространение новых технологий позволяет пользователю взаимодействовать с гораздо большим числом людей, чем это возможно, лицом к лицу, меняя пространственно-временные контуры нашей повседневности. Интернет позволяет активно вовлекаться в жизнь людей, которые находятся в других регионах и странах, создавая зону *там и сейчас*; Интернет делает возможным новый способ коммуникации, совмещающий особенности устной и письменной речи, – электронный чат; Интернет является местом формирования новых онлайн-публик (Zhao, 2006).

Данные изменения, в свою очередь, определяют новые конфигурации распределения внимания и новые способы его *квантификации* через подсчет лайков, просмотров, комментариев. Интернет создает возможность для быстрого формирования общественного мнения, для оценки обобщенного внимания. Лайк как бы уравнивает тех, кто в состоянии его поставить, поэтому он может рассматриваться как некая *валюта* на рынке социального внимания и одобрения. В этом отношении возможно смещение от поддержания социального Я (себя и собеседника) к конкуренции или совместной работе за внимание и одобрение аудитории, которая не обязательно является общностью в классическом смысле слова. Следствием данных тенденций является размывание границ между личным общением и информационным воздействием, между приватным и публичным, между СМИ, магазином и площадкой для взаимодействия с кругом избранных и т. д.

Второй аспект развития технологий состоит в том, что новые технические устройства и агенты – как цифровые, так и вполне материальные (те же гаджеты) – становятся субъектами взаимодействия: смартфоны, голосовые помощники, стационарные компьютеры, *умные вещи*, бытовые и промышленные роботы и т. д. Воздействия и взаимодействия в Интернете являются предметом многочисленных исследований, их следствия для нашей повседневной жизни различимы довольно отчетливо. *Умные* технологии в качестве субъектов взаимодействия – феномен достаточно новый, только получающий распространение и пока недостаточно изученный. Как мы взаимодействуем с новыми устройствами? На настоящий момент, ответы

на данный вопрос можно условно сгруппировать в два типичных описания-объяснения – техническое и гуманитарное.

Представители гуманитарных дисциплин (в исследованиях культуры, в философии, в психоанализе и др.) ставят вопросы, как люди воспринимают новые технические устройства, как происходит их *одушевление,* и часто предписывают должное понимание данных устройств. Однако знания о том, как в действительности работают устройства, какова их логика действия и взаимодействия, зачастую весьма ограниченны. Таким образом, исследуется не взаимодействие и даже не сами технологии, а их (сущее и должное) восприятие человеком. Приведем цитату, иллюстрирующую типичный дискурс: «Таким образом, мы можем поставить вопрос: какие истории мы бы стали рассказывать, если бы (пере)вообразили, что Виктор Франкенштейн не отрекся от своего блудного сына? Какие уроки он преподал бы своему безымянному творению о том, что значит быть человеком, что значит быть машиной и – что, вероятно, более важно – что значит не быть полностью ни тем, ни другим?» (Shaw-Garlock, 2009: 257).

Представители технических дисциплин интересуются тем, как оптимизировать взаимодействия человека с устройством с точки зрения эффективности, понимаемой как достижение поставленных целей. В рамках данного направления обычно призывают принимать во внимание человеческий фактор, который затрудняет работу и накладывает ограничения на возможности устройств – понятных, прозрачных и контролируемых. Исследования здесь посвящены самим устройствам, а также тем свойствам взаимодействия *человек-машина*, которые накладывают ограничения на создание подобных устройств. Приведем типичную цитату: «Проблема состоит в том, каким образом приблизиться к столь же строгому пониманию и дизайну человеческой и контекстуальной частей системы, какими мы обладаем для других ее частей – как выйти за рамки размытых банальностей вроде «знай своего пользователя», которые верны, но не предоставляют метода действия или теста, проверяющего сделанное» (Dix, Finlay, Abowd, Beale.: xvi).

Можно видеть, что оба подхода, гуманитарный и технический, используют симметричные стратегии. С точки зрения разработчиков технических устройств, человек – это несовершенная, плохо работающая, малопредсказуемая, неэффективная, неоптимизированная машина. С точки зрения критиков-гуманитариев, машина – это то, что должно (в глазах людей) стать квазичеловеческим субъек-

том. Ограничения обоих подходов заключаются не только в узкой постановке исследовательских вопросов (это часто неизбежно), но и в существенном концептуальном упущении: само взаимодействие между человеком и машиной, обусловленное не сводимыми друг к другу свойствами участников взаимодействия, остается за рамками рассмотрения. Однако было бы неверно утверждать, что данные подходы являются единственными. Собственно проблемам взаимодействия человека и техники посвящены многие работы в этнометодологии, исследованиях науки и технологий, антропологии техники, акторно-сетевой теории, конверсационном анализе (Утехин, 2012; Хониева, 2017). Кроме того, данные проблемы анализируются в рамках исследований искусственного интеллекта, решения им все новых, теперь коммуникативных задач (Esposito, 2017b).

От теорий коммуникации к социальной аналитике общения

Вернемся к исходному вопросу настоящей статьи: каким образом технологические изменения влекут за собой необходимость переосмысления границ между общением и коммуникацией?

Как мы отмечали ранее (Резаев, Трегубова, 2015), XX век был веком массовой коммуникации. Именно поэтому был возможен триумф коммуникативистики, исследований способов передачи информации по различным каналам, часто – однонаправленной ее трансляции. XXI век – это время новых медиа и *умных вещей*, когда граница между массовой и межличностной коммуникацией становится менее очевидной и мы наблюдаем всплеск многообразия средств коммуникации и форм общения, которое не может быть адекватно описано и тем более объяснено лишь в терминах коммуникации.

Как достигнуть концептуальной ясности и измерительной четкости в исследованиях новых медиа и *умных вещей*? Нам представляется, что для этого необходимо вернуться к различению между а) коммуникацией (обменом информацией) между системами; б) взаимодействием, состоящим из взаимно направленных действий агентов; в) общением, изменяющим субъектов и создающих общность. В чем состоят отличительные особенности межчеловеческого общения и как они связаны с характеристиками *Homo Sapiens*? Каким типам общности и каким формам существования общественности способствуют, а каким препятствуют новые технологии? Как типологизировать различные виды взаимодействия

с участием новых технологических устройств? В каком случае коммуникации становятся более, в каком – менее эффективными? Все это вопросы теории, и представляется, что их постановка и разработка необходимы и для создания способов измерения новых явлений.

В завершение нашего рассуждения рассмотрим искомый тезис применительно к вопросам о процессе коммуникации, сформулированным Г. Ласуэллом, на примерах лишь из одной области – сферы новых медиа.

Кто передает информацию? В настоящее время статус отправителя информации часто либо неясен, либо вводит в заблуждение. При этом остается открытым вопрос, имеет ли значение, *кто* отправляет информацию, как для коммуникации в узком смысле слова (обмена информацией), так и для взаимодействия. Примерами служат *боты*, платные комментаторы и *тролли* в Интернете, создание и поддержание индивидуальных аккаунтов группами людей, разговоры с голосовыми помощниками (*Siri, Google assistant*, Алиса), роботы – домашние животные, *умные* часы и многое другое. Но даже если источником информации является один и тот же человек, представляемая идентичность – *кто* – и передаваемая информация могут существенно различаться в зависимости от того, в каких именно онлайн-средах происходит взаимодействие. В качестве примера выделим сравнительное исследование онлайн-презентаций пользователей в анонимных и неанонимных средах *(Facebook)*, зафиксировавшее значительные расхождения в способах преставления себя другим (Zhao, Grasmuk, Martin, 2008).

Что это за информация? Само понятие информации заключает в себе те же проблемы, что и *коммуникация*. С одной стороны, цифровизация повседневной жизни способствует тому, что информация – в формальном смысле – все более поддается измерению и исчислению. С другой стороны, с точки зрения содержания все менее ясно, что именно является информацией: слова, образы, паттерны поведения, способы сообщения, отсутствие сообщения – и как измерять воздействие информации на аудиторию. Кроме того, происходит размывание границы между фактической информацией и дезинформацией, что находит свое осмысление в понятии *постправды.* Неожиданный аспект данных изменений – проблема забвения информации – осмысляется в исследовании *алгоритмической памяти*, которое указывает на принципиально отличные от человеческих механизмы забывания (Esposito, 2017a).

В отличие от человека, алгоритмы, действующие в Интернете, не способны к потере информации, поэтому, чтобы забыть, им парадоксальным образом необходимо умножить информацию/дезинформацию и тем самым *затерять* в ней сведения, которые должны быть забыты.

По каким каналам? Интернет-среда представляет собой переплетение самых разных каналов передачи информации: электронные СМИ, видеоплатформы, страницы в социальных сетях и многое другое, в каждом из которых сосуществуют различные формы сообщений: текст-история, видео-история, фото, вопрос/призыв к аудитории, комментарий, лайк и т. д. Почему одни каналы оказываются более эффективными, чем другие? Как измерить эффективность передачи информации? И что считать *каналом*? Ответы на данные вопросы часто ограничиваются описанием происходящего и выхватыванием более-менее отчетливых тенденций без объяснения лежащих за ними социальных процессов. В качестве примера интересного анализа социального контекста новых средств связи следует отметить исследование полимедиа среди транснациональных мигрантов (Мадиану, Миллер, 2018). Понятие *полимедиа* фиксирует ту тенденцию, что различные средства и каналы связи используются не изолированно, но служат для создания общности и поддержания отношений, причем от того, какую именно общность поддерживают пользователи, будет зависеть выбор конкретных каналов связи.

Кому? Вопрос об аудитории/адресате коммуникации также вызывает дополнительные замечания. Если адресатом являются технические устройства, проблема заключается в понимании тех процессов, которые происходят при получении сообщения и принятии решения на его основе. Такие устройства остаются *черными ящиками* для исследователей, когда речь идет не об отдельном сообщении, но о долгосрочной динамике в условиях неопределенности, связанной с *человеческим фактором*. Если аудитория состоит из людей, вопрос в том, кто именно ее составляет и объединяет ли что-то этих людей – и в смысле общих признаков, и в смысле создания общности и/или общественности. Иллюстрацией данной проблемы является феномен *информационных пузырей* (Pariser, 2011): информация, которую выдают поисковики и социальные сети, является персонализированной, подобранной в соответствии с предыдущими запросами, что означает, что с разных устройств один и тот же человек получит разную информа-

цию. Более того, возникает вопрос, насколько типичной/индивидуализированной является информационная среда разных пользователей и способны ли алгоритмы выдачи информации создать общность среди незнакомых пользователей, предоставляя им сходную информацию.

С каким эффектом? Эффект от коммуникации также является неопределенным: часто его можно только косвенно замерить и гипотетически отследить среди иных влияний. Более того, определение эффекта затрудняется тем, что цель коммуникации не всегда ясна (поскольку неясен источник и/или адресат сообщения или по иным причинам), и соотнесение цели и результата не представляется возможным. Так как основная характеристика коммуникации – это целенаправленность, сама модель коммуникации оказывается при этом бесполезной. Кроме того, Интернет создает специфический вид *целей*, определяемый через количество лайков, просмотров, комментариев и пр. С одной стороны, они являются самоценностью – в качестве социального внимания и одобрения, с другой – при увеличении числа аудитории они отрываются от конкретного содержания взаимодействия и могут быть далее монетизированы. Таким образом, эффекты от роста обобщенного внимания в Сети являются нелинейными. Наконец, проблема анализа эффекта коммуникации связана с внутренними ограничениями интернет-пространства. Так, анализ онлайн-образования показывает, что до определенного уровня человек успешно усваивает знания и умения, однако не может стать экспертом в полном смысле слова только за счет обучения онлайн (Dreyfus, 2009). При этом понимание границ эффективности связано с исследованием свойств человеческого действия и взаимодействия, укорененного в физическом пространстве.

Таким образом, теория коммуникации не предоставляет концептуальных инструментов для описания и объяснения новых явлений и процессов. Она, как представляется, более не способна *измерить* происходящее – а ведь именно измерение было ее *конкурентным преимуществом* в сравнении с теориями общения.

Являются ли вопросы, сформулированные Г. Ласуэллом, недостаточными или избыточными для современной социальной науки? И как можно было бы их переформулировать?

Представляется, что вопросы *Кто?* и *По каким каналам?* избыточны – в том отношении, что и идентичность субъекта, и использование каналов определяется как технологическими возможностями, так и более широким социальным контекстом взаимо-

действия: создается ли общность, если да – какого рода, по поводу чего и на каких условиях. Конкретный человек/устройство и конкретный канал более не играют определяющей роли в процессе коммуникации. С другой стороны, вопросы *Что?, Кому?* и *С каким эффектом?* выглядят недостаточными. Определение содержания информации, ее получателя и произведенного эффекта должно быть дополнено, во-первых, долгосрочными последствиями для самих получателей, такими как формирование электронных публик; во-вторых – анализом нелинейности эффектов коммуникации; в-третьих – проблематизацией самого понятия цели.

Вместо этих вопросов мы предлагаем следующий (предварительный) список, на который могли бы ориентироваться современные исследователи: Как взаимодействие/пребывание в онлайн-среде/в среде *умных вещей* меняет самого субъекта? В каком случае формируется общность? Что с ней происходит в дальнейшем? При каких условиях случается общение, а при каких условиях оно не происходит? Какого типа социальные отношения формируются/поддерживаются с помощью новых технологий? Данные вопросы позволяют перейти от анализа коммуникации к исследованию новых форм взаимодействия в новых средах, а от них – к условиям и механизмам человеческого общения.

Верно ли, что данные концептуальные проблемы не существовали ранее, что они появляются только с распространением новых медиа и *умных вещей*? И да, и нет. С одной стороны, распространение новых технологий сделало очевидными существовавшие и ранее ограничения исследований коммуникации. С другой стороны, феномены *искусственной социальности* ставят перед учеными принципиально новые задачи, связанные, прежде всего, с возникновением новых сред взаимодействия, поддерживаемых и создаваемых относительно автономными агентами (алгоритмами), принципы деятельности которых существенно отличаются от человеческих. Некоторые из этих задач мы постарались раскрыть в данной статье.

Ранее мы выдвинули тезис о том, что сведение общения к коммуникации обедняет социальную аналитику общения и в конечном итоге приводит, в глазах исследователя, к исчезновению общения как феномена реальности межчеловеческих отношений (Резаев, Трегубова, 2017). Возникновение и распространение новых технологий актуализируют необходимость возвращения к общению – в первую очередь, потому что все менее ясно, что из наших повседневных взаимодействий можно считать общением. Общение – это

не только феномен, необходимый для существования человека и общественных отношений, не только важная философская категория, не только интересная исследовательская проблема, но и ценность. Поэтому нам представляется, что интерес к новым видам и формам взаимодействия и коммуникации и их роли в повседневной жизни людей должен быть помещен в концептуальные рамки социальной аналитики общения, которая позволит поставить правильные (эвристически плодотворные) вопросы и, избегая излишнего морализаторства, практически ориентироваться в новых структурах повседневной жизни людей XXI века.

Примечания

[1] Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 18-18-00097).

[2] Причем как в англоязычном публикационном сегменте, так и в русскоязычном. Такие выводы можно сделать на основании результатов, полученных с помощью программы *Google Ngram Viewer*, а также анализа публикаций в базе данных *Scopus*.

[3] Вопрос о том, как следует переводить *communication studies* на русский язык, является дискуссионным. Это отражает противоречивое состояние самого исследовательского поля: трудности перевода обусловлены неопределенностью содержания переводимого термина. Наиболее близким, на наш взгляд, эквивалентом является *коммуникативистика*, понимаемая как разнообразные исследования коммуникации в различных сферах общественной жизни (Дзялошинский, Шариков, 2017). Тем не менее коммуникативистика (наряду с коммуникологией) также является переводом для *communication science* (Федотова, 2016), что предполагает более сильное заявление о существовании единой науки, предметом которой является коммуникация. Кроме того, *communication studies* могло бы быть переведено как *коммуникационные науки* (Дзялошинский, Шариков, 2017) – данный вариант подчеркивает разнообразие исследований внутри поля; его недостаток в том, что он предполагает границы научных дисциплин, которые не обязательно актуальны в эпоху декларируемой междисциплинарности.

[4] Oxford Dictionaries. Режим доступа: http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/communication (дата обращения 04.07.18).

[5] *Verkehr* в работах К. Маркса, *soziale Beziehung* у М. Вебера, *solidarit* и *rites* у Э. Дюркгейма, *Vergesellschaftung* у Г. Зиммеля; следует также вспомнить *Human intercourse* – сборник эссе журналиста и художественного критика Ф. Г. Хамертона.

Библиография

Вартанова Е. Л. Новые медиа как культурное пространство современного общества // МедиаАльманах. 2015. № 4. С. 8–10.

Дзялошинский И. М., Шариков А. В. О современном состоянии и дальнейшем развитии сферы коммуникационных наук в России // Медиаскоп. 2017. Вып. 3. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/2342 (дата обращения: 04.07.18).

Дугин Е. Я., Куприянов О. А. Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2017. № 5. С. 72–83.

Колозариди П. В., Макушева М. О. Интернет как проблемное поле социальных наук // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 1—11.

Коломиец В. П. Рецензия на книгу «Новые медиа: социальная теория и методология исследования: словарь-справочник» / отв. ред. *О. В. Сергеева, О. В. Терещенко*. СПб: Алетейя, 2016 // Медиаскоп. 2016. Вып. 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/2131 (дата обращения: 04.07.18).

Мадиану М., Миллер Д. Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 1. С. 334–356.

Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 3. М.: Издательство политической литературы, 1955.

Ожегов С. И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1987.

Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Мир общения в социологическом измерении. М.: Университетская книга, 2017.

Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Социология общения и социология коммуникации: основания различения и «точки роста» в современной социологической теории // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 1. С. 14–26.

Рыков Ю., Нагорный О. Область интернет-исследований в социальных науках // Социологическое обозрение. 2017. № 3. С. 366–394.

Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2002.

Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. *А. П. Евгеньевой*. Т. 2. М.: Русский язык, 1986.

Толковый словарь русского языка / под ред. *Д. Н. Ушакова*. Т. 2. М.: Русские словари, 1994.

Утехин И. Взаимодействие с «умными вещами»: введение в проблематику // Антропологический форум. 2012. № 17. С. 134–156.

Хонинева Е. А. Гендер и дисплей: коммуникативные жанры и способы категоризации во взаимодействии с голосовыми ассистентами // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 5. С. 95–112.

Федотова Л. Н. Проблемные термины наук о массовых коммуникациях // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2016. № 1. С. 132–143.

Craig R. T. (1999) Communication Research as a Field. *Communication Theory* 9 (2): 119–161. DOI: 10.1111/j.1468-2885.1999.tb00166.x

Dennis A., Philburn R., Smith G. (2013) *Sociologies of Interaction*. Polity Press.

Dix A., Finlay J. E., Abowd G. D., Beale R.(2004) *Human–Computer Interaction (Third Edition)*. Pearson Education Limited.

Dreyfus H. L. (2009) *On the Internet (2nd edition)*. London: Routledge.

Esposito E. (2017) Algorithmic memory and the right to be forgotten on the web. *Big Data & Society* 4 (1): 1–11. DOI: https://doi.org/10.1177/2053951717703996

Esposito E. (2017) Artificial Communication? The Production of Contingency by Algorithms. *Zeitschrift für Soziologie* 46 (4): 249–265.

Floridi L. (ed.) (2015) *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Berlin: Springer.

Lasswell H. (1948) The Structure and Functions of Communication in Society. In: Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York. Pp. 37–51.

Pariser E. (2011) *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. London: Penguin.

Peters J.D. (1986) Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research. *Communication Research* 13 (4): 527–559.

Rezaev A. V., Starikov V. S., Tregubova N. D. (2018) Are Sociologists Ready for 'Artificial Sociality'? Current Issues and Future Prospects for Theorizing Artificial Intelligence in the Social Sciences. *Monitoring of Public Opinion* 5 (forthcoming). заменить на Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2018) Are Sociologists Ready for 'Artificial Sociality'? Current Issues and Future Prospects for Studying Artificial Intelligence in the Social Sciences. *Monitoring of Public Opinion* 5: 91–108.

Shannon C. E., Weawer W. (1949) *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana.

Shaw-Garlock G. (2009) Looking Forward to Sociable Robots. *International Journal of Social Robotics* 1: 249–260.

Zhao S. (2006) The Internet and the Transformation of the Reality of Everyday Life: Toward a New Analytic Stance in Sociology. *Sociological Inquiry* 76 (4): 458–474. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2006.00166.x

Zhao S., Grasmuk S., Martin J. (2008) Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior* 24: 1816–1836. DOI:10.1016/j.chb.2008.02.012

Notes

Oxford Dictionaries. Available at: http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/communication (accessed: 04.07.18).

References

Craig R. T. (1999) Communication Research as a Field. *Communication Theory* 9 (2): 119–161. DOI: 10.1111/j.1468-2885.1999.tb00166.x

Dennis A., Philburn R., Smith G. (2013) *Sociologies of Interaction*. Polity Press.

Dix A., Finlay J. E., Abowd G. D., Beale R.(2004) *Human–Computer Interaction (Third Edition)*. Pearson Education Limited.

Dreyfus H. L. (2009) *On the Internet (2nd edition)*. London: Routledge.

Vzaimodejstvija televidenija s auditoriej: mezhdu novymi i tradicionnymi media [Models of Audience Participation on Television: Between New and Traditional Media]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 5: 72–83. (In Russian)

Dzyaloshinsky I. M., Sharikov A. V. (2017) O sovremennom sostojanii i dal'nejshem razvitii sfery kommunikacionnyh nauk v Rossii [On Modern Condition and Future Development of the Sphere of Communication Sciences in Russia]. *Mediaskop* 3. (In Russian)

Esposito E. (2017) Algorithmic Memory and the Right to Be Forgotten on the Web. *Big Data & Society* 4 (1): 1–11. DOI: https://doi.org/10.1177/2053951717703996

Esposito E. (2017) Artificial Communication? The Production of Contingency by Algorithms. *Zeitschrift für Soziologie* 46 (4): 249–265.

Fedotova L. N. (2016) Problemnye terminy nauk o massovyh kommunikacijah [Problematic Terminology in Mass Communications Sciences]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10:Zhurnalistika* 1: 132–143. (In Russian)

Floridi L. (ed.) (2015) *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. Springer.

Khonineva E. A. (2017) Gender i displej: kommunikativnye zhanry i sposoby kategorizacii vo vzaimodejstvii s golosovymi assistentami [Gender and Display: Communicative Genres and Ways of Categorization in the Interaction with Voice Assistants]. *Zhurnal sociologii i social'noj antropologii* 5: 95–112. (In Russian)

Kolomiets V. P. (2016) Recenzija na knigu «Novye media: social'naja teorija i metodologija issledovanija: slovar'-spravochnik» / otv. red. O. V. Sergeeva, O. V. Tereshhenko. SPb: Aletejja, 2016 [A Review of the Book "New Media: Social Theory and Research Methodology: a dictionary reference book" / ed. O. V. Sergeeva, O. V. Tereschenko. St. Petersburg: Aletheia, 2016]. *Mediaskop* 2. (In Russian)

Kolozaridi P. V., Makusheva M. O. (2018) Internet kak problemnoe pole social'nyh nauk [The Internet as a Problematic Field of Study in Social Sciences]. *Monitoring obshhestvennogo mnenija: Jekonomicheskie i social'nye peremeny* 1: 1—11. (In Russian)

Lasswell H. (1948) The Structure and Functions of Communication in Society. In: Bryson L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York. Pp. 37–51.

Madianou M., Miller D. (2018) Polimedia: novyj podhod k ponimaniju cifrovyh sredstv kommunikacii v mezhlichnostnom obshhenii [Polymedia: Towards a New Theory of Digital Media in Interpersonal Communication]. *Monitoring obshhestvennogo mnenija: Jekonomicheskie i social'nye peremeny* 1: 334–356. (In Russian)

Marx K., Engels F. (1955) *Sochinenija* [Selected works]. Vol. 3. Moscow: Izdatel'stvo politicheskoj literatury. (In Russian)

Ozhegov S. I. (1987) *Slovar' russkogo jazyka* [Dictionary of the Russian Language]. Moscow: Russkij jazyk Publ. (In Russian)

Pariser E. (2011) *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. London: Penguin.

Peters J. D. (1986) Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research. *Communication Research* 13 (4): 527–559.

Rezaev A. V., Starikov V. S., Tregubova N. D. (2018) Are Sociologists Ready for 'Artificial Sociality'? Current Issues and Future Prospects for Theorizing Artificial Intelligence in Social Sciences. *Monitoring of Public Opinion* 5. (forthcoming). заменить на Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2018) Are Sociologists Ready for 'Artificial Sociality'? Current Issues and Future Prospects for Studying Artificial Intelligence in Social Sciences. *Monitoring of Public Opinion* 5: 91–108.

Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2015) Sociologija obshhenija i sociologija kommunikacii: osnovanija razlichenija i «tochki rosta» v sovremennoj sociologicheskoj teorii [Sociology of Social Intercourse and Sociology of Communication: Distinction and Vistas for the Theoretical Expansion]. *Monitoring obshhestvennogo mnenija: jekonomicheskie i social'nye peremeny* 1: 14–26. (In Russian)

Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2017) *Mir obshhenija v sociologicheskom izmerenii* [The World of Social Intercourse: Sociological Account.]. Moscow: Universitetskaja kniga Publ. (In Russian)

Rykov Yu., Nagornyy O. (2017) Oblast' internet-issledovanij v social'nyh naukah [Internet Studies in Social Sciences]. *Sociologicheskoe obozrenie* 3: 366–394. (In Russian)

Shannon C. E., Weawer W. (1949) *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana.

Shaw-Garlock G. (2009) Looking Forward to Sociable Robots. *International Journal of Social Robotics* 1: 249–260.

Evgenev A. P. (ed.) (1986) *Slovar' Russkogo Jazyka: V 4 t.* [Dictionary of the Russian Language: in 4 volumes]. Moscow: Russkij jazyk Publ. (In Russian)

Sokolov A. V. (2002) *Obshhaja teorija social'noj kommunikacii* [General Theory of Social Communication]. Saint Petersburg: Mihajlov V. A. Publ. (In Russian)

Ushakov D. N. (ed.) (1994) *Tolkovyj slovar' russkogo jazyka* [Explanatory Dictionary of the Russian language] Vol. 2. Moscow: Russkie slovari Publ. (In Russian)

Utekhin I. (2012) Vzaimodejstvie s «umnymi veshhami»: vvedenie v problematiku [The Interaction between Humans and Smart Artifacts: Introductory Remarks]. *Antropologicheskij forum* 17: 134–156. (In Russian)

Vartanova E. L. (2015) Novye media kak kul'turnoe prostranstvo sovremennogo obshhestva [New Media as a Cultural Environment of Modern Society]. *MediaAlmanah* 4: 8–10. (In Russian)

Zhao S. (2006) The Internet and the Transformation of the Reality of Everyday Life: Toward a New Analytic Stance in Sociology. *Sociological Inquiry* 76 (4): 458–474. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2006.00166.x

Zhao S., Grasmuk S., Martin J. (2008) Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships. *Computers in Human Behavior* 24: 1816–1836. DOI:10.1016/j.chb.2008.02.012

Поступила в редакцию
12.07.2018