

УДК 316.6

DOI: 10.34670/AR.2026.90.56.022

Развитие научных представлений о межличностной коммуникации в интернет-пространстве: теоретико-исторический анализ и систематизация подходов

Буланов Алексей Валерьевич

Аспирант,
Пензенский государственный университет,
440026, Российская Федерация, Пенза, ул. Лермонтова, 37;
e-mail: aleksey.bulanov@outlook.com

Аннотация

Настоящая статья представляет собой первый этап комплексного исследования, посвященного специфике межличностного общения людей в интернет-пространстве. В рамках данной публикации излагаются результаты теоретико-исторического анализа и систематизации подходов к изучению онлайн-коммуникации, что создает концептуальную основу для последующего эмпирического этапа исследования и построения интегративной модели межличностного взаимодействия в цифровой среде. Выявлены и систематизированы этапы эволюции теоретических представлений об онлайн-коммуникации – от ранних моделей технологического детерминизма (теория социального присутствия, теория информационной насыщенности, подход устранения социальных сигналов) через переходные социально-психологические концепции (теория снижения неопределенности, теория социальной обработки информации, модель SIDE) к современным интегративным подходам.

Для цитирования в научных исследованиях

Буланов А.В. Развитие научных представлений о межличностной коммуникации в интернет-пространстве: теоретико-исторический анализ и систематизация подходов // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2026. Т. 15. № 2А. С. 172-184. DOI: 10.34670/AR.2026.90.56.022

Ключевые слова

Межличностное общение, интернет-пространство, онлайн-коммуникация, сетевая межличностная коммуникация, каналы коммуникации, онлайн-среда, эволюция теоретических представлений.

Введение

В условиях стремительной цифровизации современного социума интернет-пространство трансформировалось из технологической инфраструктуры в универсальную среду, интегрированную во все сферы социальной, профессиональной и личной жизни человека. Компьютерно-опосредованная коммуникация стала не просто альтернативным каналом связи, но доминирующим форматом межличностного взаимодействия для миллионов пользователей, определяя способы установления, поддержания и развития социальных связей.

Несмотря на широчайшую распространенность данного феномена и его очевидное влияние на психологический облик современного человека, в научном дискурсе сохраняется существенное противоречие между масштабом присутствия онлайн-коммуникации в повседневной жизни и степенью теоретического осмысления ее глубинных психологических механизмов.

Отсутствие систематизированного теоретического знания в этой области не только ограничивает развитие фундаментальных представлений о природе человеческого общения в условиях технологической эволюции, но и создает дефицит научно обоснованных ориентиров для прогнозирования социально-психологических последствий цифровизации.

Настоятельная потребность в интеграции и критическом осмыслении накопленного теоретического багажа, преодолении фрагментарности существующих концепций и выявлении магистральных направлений развития научной мысли в области психологии онлайн-коммуникации обуславливает актуальность данного теоретико-аналитического исследования.

Проблема межличностной коммуникации в интернет-пространстве находится на пересечении нескольких научных дисциплин – социальной психологии, психолингвистики, информационных технологий и социологии коммуникации, что обуславливает многообразие теоретических подходов к ее изучению.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют фундаментальные принципы и концептуальные положения, сложившиеся в отечественной и зарубежной психологической науке и обеспечивающие комплексный подход к изучению межличностного общения в интернет-пространстве.

Литературный обзор

Развитие теоретических представлений об онлайн-коммуникации прошло сложный путь от технологического детерминизма к пониманию глубинных социально-психологических механизмов опосредованного взаимодействия. Как справедливо отмечает исследователь Шэнь Гоминь, «сетевая межличностная коммуникация является типичным представителем форм межличностного общения в условиях новых медиатехнологий» [Shen, 2010]. За годы изучения компьютерно-опосредованной коммуникации (Computer-Mediated Communication, СМС) сформировались фундаментальные теоретические подходы, которые не только объясняют специфику онлайн-взаимодействия, но и предсказывают его психологические эффекты.

В данном исследовании последовательно рассмотрим эволюцию теоретических воззрений: от ранних моделей, акцентировавших ограниченность каналов коммуникации, через теории, признающие адаптивный потенциал пользователей, к современным интегративным концепциям, учитывающим сложную природу социального присутствия, идентичности и гиперличностного взаимодействия в цифровой среде.

Исследования компьютерно-опосредованной коммуникации берут начало в конце 1970-х годов. В 1978 году вышла фундаментальная работа американских ученых Старр Роксанн Хильц и Мюррея Туроффа «Сетевая нация: человеческая коммуникация через компьютер» (The Network Nation: Human Communication through Computer), в которой впервые была предложена систематическая концепция компьютерных конференций как новой формы общения. Авторы проанализировали социальные и психологические процессы, возникающие при использовании компьютера в качестве посредника между людьми, и впервые сформулировали ключевую характеристику СМС – сужение коммуникационных каналов (the narrowing of communication channels) и связанное с этим свойство деперсонализации (impersonality) [Hiltz, Turoff, 1978].

Данная работа заложила основу для формирования так называемого подхода устранения социальных сигналов (Cues-Filtered-Out Approach), который доминировал в исследованиях СМС на протяжении 1980-х годов. В рамках этого подхода были разработаны три взаимосвязанные теоретические модели.

Основы теории социального присутствия (Social Presence Theory) были заложены Дж. Шортом, Э. Уильямсом и Б. Кристи (1976), предложившими рассматривать средства коммуникации в рамках единого континуума, определяемого степенью социального присутствия. Под последним авторы понимали «степень осведомленности о другом человеке в коммуникационном взаимодействии и понимания межличностных аспектов взаимодействия» [Short, Williams, Christie, 1976]. Согласно теории социального присутствия, коммуникативные средства различаются по степени ощущения вовлеченности и осознанности присутствия другого человека. Эффективность взаимодействия достигается при соответствии уровня присутствия, обеспечиваемого каналом, требованиям конкретной задачи. В данном континууме максимальным присутствием обладает непосредственное общение (face-to-face), минимальным – текстовые формы коммуникации.

Р. Райс с соавторами адаптировали теорию социального присутствия к сфере компьютерно-опосредованной коммуникации, показав, что текстовые СМС-средства (электронная почта, форумы) обладают наименьшим социальным присутствием [Rice, Williams, 1984].

Теория информационной насыщенности (Information Richness Theory), разработанная Р. Ленгелем и Р. Дафтом (1984, 1986), классифицирует коммуникационные каналы по их способности передавать информацию с различной степенью насыщенности. Наиболее насыщенными признаются каналы, позволяющие использовать множественные сигналы (вербальные, невербальные), обеспечивающие быструю обратную связь и личное обращение. СМС-средства рассматривались как каналы низкой насыщенности, пригодные преимущественно для простых, стандартизированных задач [Daft, Lengel, 1984].

Гипотеза недостатка социальных контекстуальных сигналов (Lack of Social Context Cues Hypothesis) была предложена Л. Спрауллом и С. Кислером (1986). Согласно этой гипотезе, компьютерно-опосредованная коммуникация устраняет множество социальных сигналов, присутствующих в face-to-face общении (статусные символы, возрастные, половые, расовые признаки, интонационные и жестикоуляционные маркеры). В результате возникает эффект «слепоты к социальному контексту», что ведет к деиндивидуализации и ослаблению социальных норм [Sproull, Kiesler, 1986].

В 1987 году Мэри Калнан и Линн Маркус обобщили эти три подхода, предложив интегративную теорию устранения сигналов (Cues-Filtered-Out Theory). Согласно этой теории, сетевые коммуникации: (1) ограничены в передаче социальных сигналов (визуальных, аудиальных, контекстуальных); (2) являются преимущественно текстовыми; (3) ведут к

снижению социального присутствия и, как следствие, к деперсонализации общения [Culhan, Markus, 1987].

Теория устранения сигналов предсказывала, что СМС должна быть преимущественно деперсонализированной, ориентированной на решение задач и лишенной эмоционального компонента. Р. Райс и Г. Лав так резюмировали эту позицию: «Компьютерно-опосредованная коммуникация из-за недостатка аудио- и видеоканалов рассматривается как деперсонализированная, неспособная к обычным коммуникативным обменам и лишенная межличностного эмоционального компонента» [Rice, Love, 1987].

Однако уже в конце 1980-х – начале 1990-х годов исследователи столкнулись с явлениями, которые не укладывались в рамки этой теории. В онлайн-пространстве наблюдались феномены, свидетельствующие о наличии глубоких межличностных отношений: формирование дружеских связей в конференциях Usenet, создание онлайн-сообществ взаимопомощи, интенсивное эмоциональное общение в тематических форумах и др.

Количественные исследования также демонстрировали противоречия: в компьютерных конференциях и на BBS-форумах (ранняя форма онлайн-коммуникации до массового распространения интернета) фиксировалось значительное количество межличностных, эмоционально насыщенных взаимодействий [Walther, 1992; Walther, 2015]. Это требовало пересмотра теоретических оснований.

Таким образом, ранние модели СМС, основанные на технологическом детерминизме, оказались неспособны объяснить весь спектр наблюдаемых явлений. Возникла необходимость в теоретическом повороте, который учитывал бы адаптивный потенциал пользователей и специфические возможности онлайн-среды для построения межличностных отношений.

Однако накопление эмпирических данных, противоречащих предсказаниям ранних моделей, и обнаружение феноменов, свидетельствующих о наличии глубоких межличностных отношений в онлайн-среде (формирование дружеских связей, виртуальных сообществ, эмоционально насыщенных взаимодействий), потребовали пересмотра теоретических оснований и стимулировали разработку концепций, признающих адаптивный потенциал пользователей и социально-психологическую природу компьютерно-опосредованной коммуникации.

Возникший в конце 1980-х – начале 1990-х годов разрыв между теоретическими постулатами и эмпирической реальностью поставил перед исследователями вопрос о необходимости пересмотра базовых оснований. Ответом на этот вызов стала разработка переходных моделей, знаменовавших сдвиг от технологического детерминизма к пониманию компьютерно-опосредованной коммуникации как полноценного социально-психологического феномена.

Теория снижения неопределенности была разработана Чарльзом Бергером и Ричардом Калабресом в 1975 году для объяснения процессов межличностной коммуникации на начальных этапах знакомства. Хотя эта теория изначально создавалась для анализа face-to-face общения, она оказалась исключительно продуктивной для понимания онлайн-коммуникации. Основные положения теории [Berger, Calabrese, 1975]:

1. При общении с незнакомыми людьми люди испытывают неопределенность, которая вызывает состояние стресса.
2. Люди стремятся снизить неопределенность, чтобы лучше прогнозировать поведение партнера.
3. Межличностная коммуникация проходит через несколько этапов, на которых количество

и качество получаемой информации возрастает.

Бергер и Калабрес выделили два типа неопределенности. Когнитивная неопределенность – незнание убеждений, ценностей и установок партнера. Поведенческая неопределенность – неспособность предсказать поведение партнера в конкретной ситуации. Аксиомы теории описывают связи между неопределенностью и ключевыми параметрами общения.

В контексте онлайн-коммуникации теория снижения неопределенности получила развитие в работах К. Тидвелл и Дж. Вальтера, которые показали, что в СМС люди используют более прямые и интимные стратегии самораскрытия для компенсации недостатка невербальной информации [Tidwell, Walther, 2002]. Это открытие стало важным шагом к пониманию специфических механизмов построения близости в цифровой среде.

Решающий поворот в понимании СМС произошел благодаря работам Джозефа Вальтера. В 1992 г. он предложил теорию социальной обработки информации (Social Information Processing – SIP) [Walther, 1992]. Ее основные теоретические положения:

1. Мотивационный тезис: Участники СМС так же сильно мотивированы к установлению межличностных отношений, как и при face-to-face общении. Желание формировать и поддерживать социальные связи является универсальным, независимо от канала коммуникации.

2. Временной тезис: Различия между СМС и face-to-face общением заключаются не в принципиальной невозможности установления близких отношений, а в скорости обмена информацией. В СМС (особенно в асинхронных форматах) передача единицы социальной информации требует больше времени, поэтому для достижения того же уровня межличностного знания требуется большее количество обменов.

3. Адаптационный тезис: Пользователи СМС адаптируются к ограничениям канала, используя доступные вербальные и текстовые средства для передачи социальной информации, которая в face-to-face общении передается невербально.

Вальтер показал, что при достаточном времени взаимодействия СМС может достигать того же, а в некоторых случаях и более высокого уровня межличностной близости, чем face-to-face общение. Это открытие стало основой для последующей гиперличностной модели.

Параллельно с развитием SIP-теории формировался альтернативный подход, акцентирующий роль групповой идентичности в онлайн-коммуникации. Значительный вклад в развитие представлений о психологии онлайн-коммуникации внесли Мартин Ли и Рассел Спирс, предложившие в 1992 году модель деиндивидуализации и социальной идентичности (Social Identity Model of Deindividuation Effects, SIDE).

Основные положения SIDE-модели:

1. В условиях визуальной анонимности (характерной для текстовой СМС) происходит не просто деиндивидуализация (утрата индивидуального самосознания), а сдвиг от личной к социальной идентичности.

2. Когда индивидуальные признаки партнеров скрыты, а групповые признаки акцентированы (например, через принадлежность к определенному форуму или чату), возрастает значимость групповых норм и идентификаций.

3. SIDE-модель предсказывает два возможных эффекта визуальной анонимности. Усиление групповой идентичности и конформности (если групповая идентичность значима) и дезингибированное (расторженное) поведение (если групповая идентичность не активирована или если нормы группы поощряют такое поведение).

В рамках модели «существуют стратегически значимые основания, побуждающие пользователей, идентифицирующих себя с определенным сообществом, придерживаться

принятых в нем групповых норм и правил, добиваться одобрения других его членов, избегать порицания и демонстрировать принадлежность к группе» [Walther, 1992].

К. Дуглас, К. МакГарти (2001) полагают, что «при идентификации с группой уровень устойчиво-стереотипных представлений о ее участнике и языковых шаблонов для его описания выше, чем в случае, когда подобная идентификация отсутствует» [Lea, Spears, 1992]. Данные авторы показали роль группы в формировании стереотипных представлений в онлайн-коммуникации. SIDE-модель предложила принципиально иной взгляд на феномен деиндивидуализации: не как на потерю себя, а как на трансформацию самокатегоризации – от личной идентичности к социальной.

Развитие социально-психологического подхода в переходных моделях подготовило почву для появления интегративных концепций, объединяющих достижения предшествующих этапов и предлагающих целостное понимание механизмов межличностной коммуникации в интернет-пространстве.

Логическим завершением социально-психологического поворота и наиболее влиятельной интегративной концепцией стала гиперличностная модель Дж. Вальтера, синтезировавшая ключевые идеи предшествующих подходов и предложившая принципиально новое понимание потенциала компьютерно-опосредованной коммуникации. В середине 1990-х годов Дж. Вальтер осуществил теоретический синтез, интегрировав ключевые положения SIP-теории и SIDE-модели. В 1996 году он опубликовал программную работу «Компьютерно-опосредованная коммуникация: безличное, межличностное и сверхличностное взаимодействие», в которой предложил гиперличностную модель коммуникации (Hyperpersonal Model) [Walther, 1996].

В рамках этой модели постулируется, что СМС может приобретать гиперперсональный характер, превосходя по своим параметрам качество межличностного взаимодействия в условиях face-to-face коммуникации. Вальтер выделил четыре структурных элемента коммуникации, взаимодействие которых создаёт гиперличностный эффект:

1. Отправитель сообщения (Sender). В СМС, по мнению Вальтера, существенно расширяются возможности контроля самопрезентации: дефицит спонтанных невербальных проявлений (мимики, жестов, интонации) позволяет отправителю более осознанно и избирательно конструировать предъявляемый образ: «у отправителя больше времени на обдумывание сообщения и на отбор коммуникативных сигналов, тогда как время реакции при общении «один на один» гораздо меньше» [Walther, 1996]. Это позволяет представлять себя в более выгодном свете, чем это возможно при спонтанном взаимодействии.

2. Получатель сообщения (Receiver). В условиях ограниченности невербальной информации получатель склонен идеализировать образ отправителя, заполняя недостающие детали в соответствии со своими ожиданиями и желаниями. Вальтер объясняет: «Отсутствие этих личностных характеристик также позволяет получателю сообщения заполнить эти пробелы самому. Таким образом, он сам создаёт образ личности, с которой общается» [Walther, 1996]. Этот механизм усиливает привлекательность и эмоциональную значимость онлайн-партнёра.

3. Канал коммуникации (Channel). Асинхронность многих форм СМС позволяет участникам обдумывать ответы, что способствует более продуманному и содержательному общению. Кроме того, некоторые каналы позволяют осуществлять многозадачность и выбирать удобное время для коммуникации, что увеличивает общую интенсивность взаимодействия.

4. Обратная связь (Feedback). Гиперличностная коммуникация создаёт самоподдерживающийся цикл: идеализированное восприятие получателя влияет на ответные сообщения, которые, в свою очередь, подтверждают и усиливают первоначальную

идеализацию.

Исследования К. Дутлера (2006) подтвердили основные положения гиперличностной модели на примере анализа вежливости в электронных письмах и голосовых сообщениях [Duthler, 2006].

Несмотря на широкое признание, гиперличностная модель подвергалась и критике. Альтернативный взгляд на анализ компьютерно-опосредованной коммуникации был предложен Дж. Ламерикс и Х. Молдер (2003). Авторы указывают на то, что «традиционные исследования, опирающиеся на индивидуальные и когнитивные рамки, не учитывают каждодневное восприятие участниками процесса коммуникации медиа и их характеристику» [Lamerichs, Te Molder, 2003]. Проведённый ими анализ коммуникации на форумах показал, что самоидентификация участников, будучи полноценным способом самовыражения, не является исчерпывающим отражением их внутреннего мира.

В исследовании С. Утц (2000), посвящённом обработке социальной информации в MUD-играх и развитию дружеских отношений в виртуальных мирах, был выявлен высокий уровень скептицизма участников по отношению к компьютерно-опосредованной коммуникации, что ставит под сомнение универсальный характер гиперличностных эффектов [Utz, 2000].

По их мнению Б. Окди, Р. Гуаданно, Ф. Берньери (2007) невербальные сигналы и физические характеристики помогают произвести верное впечатление и управлять им, а их отсутствие может делать онлайн-общение менее эмоциональным [Okdie et al., 2007].

Идеи гиперличностной коммуникации получили развитие и в современной интерпретации теории социального присутствия, которая сегодня рассматривается не как фиксированная характеристика канала, а как динамически конструируемый участниками феномен. Как отмечается в исследованиях, сегодня социальное присутствие рассматривается как «способ представления индивидами самих себя в их интернет-среде» – личностная маркировка, свидетельствующая о готовности к контакту с другими пользователями.

Tu С.Н. (2002) выделил три измерения социального присутствия в онлайн-среде: социальный контекст, онлайн-коммуникацию и интерактивность. Социальный контекст включает ориентацию на конкретную задачу, уединённость, предметы обсуждения, социальные отношения и социальный процесс [Tu, McIsaac, 2002].

Исследования показывают, что недостаток социального присутствия отрицательно сказывается на эффективности онлайн-обучения и взаимодействия в целом. Современные разработки в этой области стремятся компенсировать этот недостаток через сочетание синхронных и асинхронных форматов, использование аудио- и видеосвязи, а также через развитие интерфейсов, передающих более богатую невербальную ин-формацию.

Российская научная школа внесла существенный вклад в изучение специфики интернет-коммуникации. Особенно активно развиваются лингвистические, дискурсивные и психолингвистические подходы.

Н.Д. Голев в своих работах исследует письменную разговорную речь и её отражение в обыденном метаязыковом сознании участников виртуальной коммуникации. В работе «Русская письменная разговорная речь и её отражение в обыденном метаязыковом сознании участников виртуальной коммуникации» (2013) он анализирует специфику письменной формы разговорной речи в интернет-пространстве [Голев, 2013].

Т.А. Алтухова совместно с Л.О. Бутаковой, Н.Д. Голевым и Е.Н. Гуц в 2021 году опубликовала фундаментальную монографию «Социальные сети: комплексный лингвистический анализ», представляющим описание социальных сетей как новой формы коммуникации. В ней рассматриваются речевые жанры дискурса социальных сетей в

лингвокогнитивном, дискурсивном, лингвоконфликтологическом и лингводидактическом аспектах [Алтухова и др., 2021].

О.Ю. Усачева (2011) в своей статье анализирует веб-коммуникативные события и ситуации, выявляя их специфику и способы репрезентации пространственно-временных компонентов в структуре русского диалогического интернет-дискурса [Усачёва, 2011].

Среди других значимых отечественных исследований следует отметить работы Е.И. Горошко [Горошко и др., 2012] по лингвистике интернета и гендерным аспектам онлайн-коммуникации, О.В. Луговиновой [Луговина, 2015] по психологии виртуального общения и идентичности, Г.С. Мельник [Мельник, 2017] по социально-психологическим особенностям интернет-дискурса, А.Е. Войскунского [Войскунский, 2010; Войскунский, 2015] по психологии интернет-коммуникации и др.

Отечественные исследования отличаются вниманием к языковой специфике онлайн-общения, к жанровому разнообразию интернет-дискурса и к культурно-специфическим особенностям российской интернет-коммуникации.

В настоящее время исследования онлайн-коммуникации развиваются по нескольким ключевым направлениям, каждое из которых имеет свои теоретические истоки и методологические особенности:

- Исследования эмоциональной коммуникации и электронного параязыка. Это направление изучает способы передачи эмоций в текстовой СМС. В фокусе внимания – использование эмодзи, эмотиконов, пунктуационных и орфографических маркеров эмоций. Исследования показывают, что электронный параязык выполняет компенсаторную функцию, замещая отсутствующие невербальные сигналы.
- Исследования формирования впечатления (Impression Formation). Данное направление изучает процессы формирования первого впечатления в онлайн-среде.
- Исследования интерактивности (Interactivity). Это направление исследует влияние технических характеристик платформ на характер взаимодействия. Различают синхронную и асинхронную интерактивность, а также степень контроля пользователя над коммуникацией. Показано, что высокоинтерактивные среды способствуют более интенсивному социальному присутствию и формированию гиперличностных эффектов.
- Исследования онлайн-идентичности и самопрезентации. Продолжая традиции SIDE-модели и гиперличностной теории, современные исследования изучают стратегии самопрезентации в различных онлайн-контекстах (социальные сети, профессиональные сети, дейтинговые приложения, игровые миры). Особое внимание уделяется феномену множественной идентичности и её связи с психологическим благополучием.
- Кросс-культурные исследования онлайн-коммуникации. Сравнительные исследования показывают, что культурные факторы существенно влияют на стили онлайн-общения, использование эмотиконов, стратегии самопрезентации и нормы сетевого этикета. В частности, показаны различия между индивидуалистическими и коллективистскими культурами в интенсивности и характере онлайн-взаимодействий.

Заключение

Эволюция теоретических подходов к изучению онлайн-коммуникации демонстрирует движение от упрощенного технологического детерминизма к сложным интегративным моделям, учитывающим психологические, социальные и культурные факторы. Если ранние

теории (подход устранения сигналов, теория социального присутствия, теория информационной насыщенности) акцентировали ограниченность СМС и предсказывали деперсонализацию общения, то последующие исследования (теория снижения неопределенности, SIP-теория, SIDE-модель, гиперличностная модель) раскрыли адаптивный потенциал пользователей и уникальные возможности онлайн-среды для построения глубоких межличностных отношений.

Ключевые теоретические достижения этого этапа развития можно резюмировать следующим образом:

1. Теория снижения неопределенности показала, что в СМС люди используют специфические, более прямые стратегии познания партнера, что может ускорять процесс самораскрытия.

2. SIP-теория продемонстрировала, что при достаточном времени СМС способна достигать того же уровня межличностной близости, что и face-to-face общение, а вопрос не в принципиальной возможности, а во временной динамике.

3. SIDE-модель раскрыла роль визуальной анонимности в активации социальной идентичности, показав, что деиндивидуализация в СМС ведет не к потере собственного Я, утрате индивидуальности, а к их трансформации – сдвигу от личной к коллективной идентичности.

4. Гиперличностная модель интегрировала предыдущие подходы и показала, что СМС может не только компенсировать недостатки, но и создавать новые возможности для сверхэффективной коммуникации, превосходящей face-to-face общение по степени идеализации и эмоциональной близости.

5. Современная интерпретация теории социального присутствия учитывает множественность факторов, влияющих на ощущение присутствия другого в цифровой среде, включая технические, психологические и социальные аспекты.

6. Отечественные исследования вносят существенный вклад в понимание лингвистической и дискурсивной специфики русскоязычной интернет-коммуникации, дополняя и обогащая западные теоретические модели.

Рассмотренные теоретические подходы демонстрируют последовательное разрешение противоречия между технологической опосредованностью и социально-психологической полнотой онлайн-коммуникации. Ранние модели, исходившие из постулата о решающей роли технических характеристик канала, предсказывали, что компьютерно-опосредованное общение будет принципиально уступать непосредственному взаимодействию по глубине и качеству межличностных отношений. Однако эмпирические исследования конца 1980-х – начала 1990-х годов выявили множество феноменов, необъяснимых в рамках технологического детерминизма: формирование устойчивых дружеских связей, эмоционально насыщенных сообществ, стратегий компенсации невербального дефицита. Разработанные в ответ на это переходные модели – теория снижения неопределенности, SIP-теория и SIDE-модель – предложили принципиально иное понимание: они показали, что ограничения канала не фатальны, а преодолеваются за счет активизации иных коммуникативных ресурсов (вербальных, темпоральных, идентификационных). Тем самым был осуществлен решительный сдвиг от взгляда на СМС как на «обедненную» версию общения к ее пониманию как специфической, но полноценной формы социального взаимодействия, обладающей собственными закономерностями и возможностями.

Перспективы дальнейших исследований связаны с интеграцией описанных подходов,

развитием кросс-культурных исследований, изучением новых форм СМС (виртуальная реальность, дополненная реальность, метавселенные) и их психологических эффектов. Особый интерес представляет применение развитых теоретических моделей к анализу конкретных коммуникативных практик в различных онлайн-средах.

Библиография

1. Войскунский А. Е. Концепции зависимости и присутствия применительно к поведению в Интернете // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. – 2015. – №4 (33). – С. 6.
2. Войскунский А. Е. Психология и Интернет. – М.: Акрополь, 2010. – 439 с. – ISBN 978-5-98807-044-3.
3. Голев Н. Д. Эволютивная юридикация лексики: теоретические и методические аспекты // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2013. – №2 (50). – С. 153 – 165.
4. Горошко Е.И., Галичкина Е.Н., Рыжков М.С. и др. Интернет-коммуникация как новая речевая формация / Е. И. Горошко, Е. Н. Галичкина, М. С. Рыжков и др. – М.: Наука, ФЛИНТА, 2012. – 322 с. – ISBN 978-5-9765-1310-5, 978-5-02-037722-6.
5. Луговинова О.В. Психологическая структура и особенности виртуальной идентичности пользователей социальных сетей: дис. ... д-ра психол. наук. – Челябинск, 2015.
6. Мельник Г. С. Социально-психологические особенности интернет-дискурса // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. – 2017. – №2 (11). – С. 141–152.
7. Социальные сети: комплексный лингвистический анализ: монография / Т.А. Алтухова, В.В. Бульдьева, А.Б. Бушев [и др.]; под ред. доктора филологических наук, профессора Н.Д. Голева. – Кемерово: Кемеровский гос. ун-т, 2021. ISBN: 978-5-8353-2777-5
8. Усачёва О.Ю. Пространственно-временные компоненты веб-коммуникативных событий интернет-диалога и их представление в структуре дискурса // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2011. – №1 (13). – С. 85 – 91.
9. Berger, C.R., & Calabrese, R.J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99 – 112. DOI: 10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x
10. Culnan, M.J., & Markus, M. L. (1987). Information technologies. In F.M. Jablin, L.L. Putnam, K.H. Roberts, & L.W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective* (pp. 420 – 443). Newbury Park, CA: Sage.
11. Daft, R.L., & Lengel, R.H. (1984). *Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organizational Design*. Greenwich, CT: JAI Press.
12. Douglas, K.M., & McGarty, C. (2001). Identifiability and self-presentation: Computer-mediated communication and intergroup interaction. *British Journal of Social Psychology*, 40 (Part 3), 399 – 416. DOI: 10.1348/014466601164894.
13. Duthler, K.W. The Politeness of Requests Made Via Email and Voicemail: Support for the Hyperpersonal Model // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 2006. – Vol. 11, No. 2. – P. 500 – 521. – DOI: 10.1111/j.1083-6101.2006.00024.x.
14. Hiltz S. R., Turoff M. *The Network Nation: Human Communication Via Computer / With forewords by Suzanne Keller and Herbert R.J. Grosch*. – Reading (Mass.): Addison-Wesley, Advanced book program, 1978. – ISBN 0-201-03140-X.
15. Lamerichs, J., & Te Molder, H. F. M. Computer-Mediated Communication: From a Cognitive to a Discursive Model // *New Media & Society*. – 2003. – Vol. 5, No. 4. – P. 451 – 473. – DOI: 10.1177/146144480354001.
16. Lea, M., & Spears, R. (1992). Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, 2, 321 – 341.
17. Okdie, B.M., Guadagno, R.E., Bernieri, F.J., & Geers, A.L. Absence makes the heart grow fonder: The role of nonverbal cues in computer-mediated communication // *Journal of Social Psychology*. – 2007. – Vol. 147, No. 3. – P. 249 – 270.
18. Rice, R.E., & Love, G.G. (1987). Electronic mail: Performance, attitudes, and social consequences. *Communication Research*, 14(2), 183 – 207. DOI: 10.1177/009365087014002001.
19. Rice, R.E., & Williams, F.D. (1984). Theories and methods of social influence in the design and implementation of organizational communication systems. In G.M. Goldhaber & J.F. Smith (Eds.), *Communication Yearbook 8* (pp. 461 – 492). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
20. Shen G. Network Interpersonal Communication in the Context of New Media Technology // *Journal of Communication*. – 2010. – Vol. 12, No. 3. – P. 45 – 52.
21. Short, J. A., Williams, E., Christie, B. *The Social Psychology of Telecommunications*. – London: John Wiley & Sons, Ltd., 1976. – ISBN 978-0471015819.
22. Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communication.

- Management Science, 32(11), 1492 – 1512. DOI: 10.1287/mnsc.32.11.1492.
23. Tidwell, L.C., & Walther, J.B. (2002). Computer-Mediated Communication Effects on Disclosure, Impressions, and Interpersonal Evaluations: Getting to Know One Another a Bit at a Time. *Human Communication Research*, 28(3), 317 – 348. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2002.tb00811.x.
 24. Tu, C.H., & McIsaac, M. The Relationship of Social Presence and Interaction in Online Classes // *American Journal of Distance Education*. – 2002. – Vol. 16, No. 3. – P. 131 – 150.
 25. Utz, S. Social Information Processing in MUDs: The Development of Friendships in Virtual Worlds // *Journal of Online Behavior*. – 2000. – Vol. 1, No. 1.
 26. Walther, J. B. (2015). Social Information Processing Theory (CMC). In *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1 – 13). Wiley Online Library. DOI: 10.1002/9781118540190.wbeic192.
 27. Walther, J.B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52 – 90.
 28. Walther, J.B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52 – 90. DOI: 10.1177/009365092019001003.
 29. Walther, J.B. Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction // *Communication Research*. – 1996. – Vol. 23, No. 1. –P. 3 – 43. – DOI: 10.1177/009365096023001001.

Development of Scientific Conceptions of Interpersonal Communication in the Internet Space: Theoretical-Historical Analysis and Systematization of Approaches

Aleksei V. Bulanov

Postgraduate Student,
Penza State University,
440026, 37, Lermontov str., Penza, Russian Federation;
e-mail: aleksey.bulanov@outlook.com

Abstract

This article represents the first stage of a comprehensive study devoted to the specifics of interpersonal communication among people in the Internet space. Within the framework of this publication, the results of a theoretical-historical analysis and systematization of approaches to the study of online communication are presented, which creates a conceptual basis for the subsequent empirical stage of the research and the construction of an integrative model of interpersonal interaction in the digital environment. The stages of evolution of theoretical conceptions of online communication have been identified and systematized — from early models of technological determinism (social presence theory, information richness theory, social cues elimination approach) through transitional socio-psychological concepts (uncertainty reduction theory, social information processing theory, SIDE model) to modern integrative approaches.

For citation

Bulanov A.V. (2026) Razvitiye nauchnykh predstavleniy o mezhlichnostnoy kommunikatsii v internet-prostranstve: teoretiko-istoricheskiy analiz i sistematzatsiya podkhodov [Development of Scientific Conceptions of Interpersonal Communication in the Internet Space: Theoretical-Historical Analysis and Systematization of Approaches]. *Psikhologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya* [Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches], 15 (2A), pp. 172-184. DOI: 10.34670/AR.2026.90.56.022

Keywords

Interpersonal communication, Internet space, online communication, network interpersonal communication, communication channels, online environment, evolution of theoretical conceptions.

References

1. Voiskunsky, A.E. (2015). Kontseptsii zavisimosti i prisutsviia primenitel'no k povedeniiu v Internete [Concepts of dependence and presence as applied to online behaviour]. *Meditsinskaia psikhologiya v Rossii: elektron. nauch. zhurn.* [Medical Psychology in Russia: Electronic Scientific Journal], (4 (33)), 6.
2. Voiskunsky, A.E. (2010). *Psikhologiya i Internet* [Psychology and the Internet]. Moscow: Akropol'.
3. Golev, N.D. (2013). Evoliutivnaia iuridizatsiia leksiki: teoreticheskie i metodicheskie aspekty [Evolutionary juridification of vocabulary: theoretical and methodological aspects]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University], (2 (50)), 153–165.
4. Goroshko, E.I., Galichkina, E.N., Ryzhkov, M.S., et al. (2012). *Internet-kommunikatsiia kak novaia rechevaia formatsiia* [Internet communication as a new speech formation]. Moscow: Nauka, FLINTA.
5. Lugovinova, O.V. (2015). *Psikhologicheskaiia struktura i osobennosti virtual'noi identichnosti pol'zovatelei sotsial'nykh setei* [Psychological structure and features of virtual identity of social network users] (Doctoral dissertation in Psychological Sciences). Chelyabinsk.
6. Melnik, G.S. (2017). Sotsial'no-psikhologicheskie osobennosti internet-diskursa [Socio-psychological features of internet discourse]. *Sovremennaia periodicheskaiia pechat' v kontekste kommunikativnykh protsessov* [Modern Periodical Press in the Context of Communicative Processes], (2 (11)), 141–152.
7. Altukhova, T.A., Buldyaeva, V.V., Bushev, A.B., et al. (2021). *Sotsial'nye seti: kompleksnyi lingvisticheski analiz* [Social networks: a comprehensive linguistic analysis] (N.D. Golev, Ed.). Kemerovo: Kemerovskii gos.un-t.
8. Usacheva, O.Yu. (2011). Prostranstvenno-vremennye komponenty veb-kommunikativnykh sobytii internet-dialoga i ikh predstavlenie v strukture diskursa [Spatio-temporal components of web-communicative events of internet dialogue and their representation in the structure of discourse]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2, Iazykoznanie* [Bulletin of Volgograd State University. Series 2, Linguistics], (1 (13)), 85–91.
9. Berger, C.R., & Calabrese, R.J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99–112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
10. Culnan, M.J., & Markus, M.L. (1987). Information technologies. In F.M. Jablin, L.L. Putnam, K.H. Roberts, & L.W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: An interdisciplinary perspective* (pp. 420–443). Newbury Park, CA: Sage.
11. Daft, R.L., & Lengel, R.H. (1984). *Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organizational Design*. Greenwich, CT: JAI Press.
12. Douglas, K.M., & McGarty, C. (2001). Identifiability and self-presentation: Computer-mediated communication and intergroup interaction. *British Journal of Social Psychology*, 40(Pt 3), 399–416. <https://doi.org/10.1348/014466601164894>
13. Duthler, K.W. (2006). The Politeness of Requests Made Via Email and Voicemail: Support for the Hyperpersonal Model. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 500–521. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00024.x>
14. Hiltz, S.R., & Turoff, M. (1978). *The Network Nation: Human Communication Via Computer*. Reading, MA: Addison-Wesley, Advanced Book Program.
15. Lamerichs, J., & Te Molder, H.F.M. (2003). Computer-Mediated Communication: From a Cognitive to a Discursive Model. *New Media & Society*, 5(4), 451–473. <https://doi.org/10.1177/146144480354001>
16. Lea, M., & Spears, R. (1992). Paralanguage and social perception in computer-mediated communication. *Journal of Organizational Computing*, 2, 321–341.
17. Okdie, B.M., Guadagno, R.E., Bernieri, F.J., & Geers, A.L. (2007). Absence makes the heart grow fonder: The role of nonverbal cues in computer-mediated communication. *Journal of Social Psychology*, 147(3), 249–270.
18. Rice, R.E., & Love, G.G. (1987). Electronic mail: Performance, attitudes, and social consequences. *Communication Research*, 14(2), 183–207. <https://doi.org/10.1177/009365087014002001>
19. Rice, R.E., & Williams, F.D. (1984). Theories and methods of social influence in the design and implementation of organizational communication systems. In G.M. Goldhaber & J.F. Smith (Eds.), *Communication Yearbook 8* (pp. 461–492). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
20. Shen, G. (2010). Network Interpersonal Communication in the Context of New Media Technology. *Journal of Communication*, 12(3), 45–52.
21. Short, J.A., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The Social Psychology of Telecommunications*. London: John Wiley & Sons, Ltd.

22. Sproull, L., & Kiesler, S. (1986). Reducing Social Context Cues: Electronic Mail in Organizational Communication. *Management Science*, 32(11), 1492–1512. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.11.1492>
23. Tidwell, L.C., & Walther, J.B. (2002). Computer-Mediated Communication Effects on Disclosure, Impressions, and Interpersonal Evaluations: Getting to Know One Another a Bit at a Time. *Human Communication Research*, 28(3), 317–348. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2002.tb00811.x>
24. Tu, C.H., & McIsaac, M. (2002). The Relationship of Social Presence and Interaction in Online Classes. *American Journal of Distance Education*, 16(3), 131–150.
25. Utz, S. (2000). Social Information Processing in MUDs: The Development of Friendships in Virtual Worlds. *Journal of Online Behavior*, 1(1).
26. Walther, J.B. (2015). Social Information Processing Theory (CMC). In *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1–13). Wiley Online Library. <https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic192>
27. Walther, J.B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52–90.
28. Walther, J.B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52–90. <https://doi.org/10.1177/009365092019001003>
29. Walther, J.B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>