

А. О. Краснякова

ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Комунікативні практики в інтернет-середовищі розглянуто як способи цілераціональних дій суб'єкта, спрямованих на обмін інформацією, генерування нових смислів та утворення ефективних моделей комунікативної взаємодії. Проаналізовано особливості інтернет-комунікації, що впливають на розгортання комунікативних практик, зокрема опосередкованість інтернет-комунікації електронним сигналом, обумовленість комунікативних практик структурою медіуму, віртуальність. Звернено увагу на те, що на розгортання комунікативних практик нового кіберпокоління впливають не тільки особливості інтернет-комунікації (віртуальність, інтерактивність, гіпертекстуальність, фрагментарність), а й спрямованість особистості. Інтернет-комунікацію визначено як інтегрований процес комп'ютерно опосередкованої взаємодії суб'єктів в інтернет-середовищі, інтернет-середовище – як нове “гібридне” середовище, що утворюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій у результаті інтеграції елементів реального і віртуального життя. Виділено критерії комунікативних практик, зокрема рівень залученості користувачів у комунікативну взаємодію (пасивний, реактивний, проактивний) та спосіб взаємодії комунікантів (конструктивний, деструктивний). Представлено структурну модель комунікативних практик в інтернет-середовищі (за означеними критеріями).

Ключові слова: комунікативні практики, інтернет-середовище, інтернет-комунікація, віртуальність, інтерактивність, гіпертекстуальність.

Проблема. Віртуалізація соціального життя, як будь-який глобальний процес, різноманітна у своїх проявах і не має однозначних оцінок. З одного боку, комп'ютеризований світ із мультимедійними комунікаційними каналами всесвітньої мережі Інтернет створює необмежені можливості для саморозвитку та самореалізації людини, з другого – змушує її постійно опановувати новітні інтернет-технології, засвоювати нові знання, норми, цінності, моделі поведінки і реалізовувати їх в інтернет-середовищі. Способом репрезентації у віртуальному просторі виступають комунікативні інтернет-практики, які одночасно і

конструюють, й організують інформаційно-комунікативний простір, і розгортаються в ньому.

Важливу роль у цьому процесі відіграють інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), зокрема інтернет-технології (ІТ), що утворюють і технологічно підтримують функціонування платформ для взаємодії комунікантів. Завдяки технічним можливостям ІКТ комунікація соціальних суб'єктів усе більше переміщується у віртуальний простір і глобальна мережа Інтернет виступає синхронно як *засіб комунікації* і як *середовище реалізації комунікативних практик*.

Необхідність дослідження комунікативних практик в інтернет-середовищі актуалізується тим, що нове кіберпокоління є комунікативно спрямованим; особливості інтернет-комунікації (віртуальність, невизначеність просторово-часової локалізації, інтерактивність, гіпертекстуальність, відсутність соціальних статусів тощо) породжують ефект “волі людини до віртуальності” [1, с. 63]. Віртуальність продукує “нагромадження” нових смислів, що приводить до утворення “ризомного”, неструктурованого, несистематизованого комунікативного поля Інтернету. Постає проблема визначення критеріїв комунікативних практик, які розгортаються в інтернет-середовищі.

Мета статті: проаналізувати особливості комунікативних практик в інтернет-середовищі, визначити їх критерії, представити структурну модель комунікативних практик в інтернет-середовищі.

В інформаційному суспільстві провідною характеристикою соціуму є комунікація – “фундаментальна основа людської діяльності” (М. Кастельс); механізм, за допомогою якого забезпечується існування та розвиток людських відносин, котрий охоплює всі розумові символи, засоби їх передавання в просторі та збереження в часі (Ч. Кулі); соціальне поєднання індивідів за допомогою мови та знаків, установа загальнозначущих наборів правил для різноманітної цілеспрямованої діяльності (К. Черрі); акт відправлення інформації від мозку однієї людини до мозку іншої людини (П. Сміт, К. Беррі, А. Пулфорд); специфічний обмін інформацією, процес передавання її емоційного та інтелектуального змісту (В. А. Звєгінцев, А. П. Панфілова); процес встановлення усвідомлених контактів між комунікаторами та реципієнтами (А. І. Соловйов) [2]; соціальний процес утворення, збереження, підтримання і перетворення соціальних реальностей [3]; конструювання соціальної реальності й власного “Я” [4]; утворення спільноти, в якій комуніканти генерують нові смисли, усвідомлюють інформацію і співвідносять свої смисли зі смислами інших комунікативних партне-

рів, намагаючись порозумітися між собою [5]; специфічна форма взаємодії, що складається з комунікативних актів [6, с. 233].

Значний внесок у дослідження сучасних форм комунікації та комунікативних практик зробили К.-О. Апель, Д. Белл, Ж. Бодрійяр, М. Вебер, Ю. Габермас, У. Еко, Д. В. Іванов, М. Кастельс, М. Маклюен, О. І. Мат'яш, Н. О. Лук'янова, Н. Луман, О. О. Сергодеева, Е. Тофлер, Т. Парсонс, Ч. Пірс, а також вітчизняні психологи Л. Д. Бевзенко, Т. І. Заславська, В. В. Зотова, В. В. Кизима, О. М. Кочубейник, В. В. Посохова, Г. Г. Почепцов, А. Л. Радкевич та ін.

Узагальнивши відомі наукові теорії і концепції комунікації, польський дослідник Т. Гобан-Клас запропонував виокремлювати сім типів комунікації, які, на його думку, розкривають різні аспекти цього процесу, а також його функції: *комунікація як трансмісія* (лінійна трансляція, передавання) інформації, ідей, емоцій, умінь; *комунікація як порозуміння з іншими*; *комунікація як вплив і взаємовплив*; *комунікація як об'єднання* (творення спільноти); *комунікація як взаємодія*; *комунікація як обмін*; *комунікація як складова суспільного процесу*, який виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розподіляє ролі, забезпечує координацію зусиль тощо [7].

Згідно з концепцією Т. Гобана-Класа, *комунікація у віртуальному просторі* постає як інтегральний процес у новому інтернет-середовищі. Терміном інтернет-середовище кіберпсихологи (Н. Дьорінг, Т. Омонія, Дж. Сулер, Ш. Терклі, О. О. Труфанова та ін.) характеризують “interreality” – нове “гібридне” середовище, що утворюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій у результаті інтеграції елементів реального і віртуального життя [8]. У контексті нашого дослідження ми розглядаємо інтернет-комунікацію як комп'ютерно опосередковану взаємодію суб'єктів в мережі Інтернет [9], яка не має чітко визначених меж і кордонів (в Інтернеті немає просторово-часової локалізації), є інтерактивною і має транзактний характер (будь-який суб'єкт може взаємодіяти з необмеженою кількістю користувачів Інтернету, продукувати контент, відправляти й отримувати інформацію з метою самореалізації, утворення, розширення та підтримки нових віртуальних соціальних зв'язків.)

Серед наукових концепцій і теорій комунікації [2] існує два полюсних підходи до розуміння сутності комунікативних практик.

Перший представлений *теорією комунікативної дії* Ю. Габермаса і *концепцією ідеального комунікативного співтовариства* К.-О. Апеля. Керуючись принципом необмеженої комунікації в інформаційному суспільстві і принципом взаєморозуміння в прозорій комунікації, Габермас та Апель створюють певний нормативний ідеал взаємодії суб'єктів. За Габермасом, комунікація спрямована на досяг-

нення порозуміння між акторами комунікації; порозуміння передбачає взаємну згоду, солідарність та суспільну довіру суб'єктів комунікації як членів певної спільноти і залежить від раціонально-мотивованого схвалення змісту того чи іншого висловлювання. Головною передумовою з погляду можливості досягнення порозуміння між людьми, за Апелем, є аргументований дискурс – “ідеальна інстанція обґрунтування та легітимації всіх норм, що стали проблематичними” [10, с. 235].

Іншу думку щодо цього мають представники постмодернізму Ж. Дельоз, Ф. Гваттарі, Ж. Бодрійяр, Ж. Лакан. Основою комунікації прихильники другого підходу вважають *прагнення людини до визнання і переконані, що консенсус як стале утворення в реальному суспільстві неможливий*. Згідно з теорією символічного обміну Бодрійяра людина замкнена у власних внутрішніх суперечностях і не спрямована на порозуміння. Необмежена комунікація, вважає дослідник, призводить до багатьох негативних наслідків, зокрема до дифузії цінностей або ж інформаційно-споживчого тоталітаризму [11, с. 161]. Отже, на рівні соціальної інтеракції *прагнення до визнання і прагнення до порозуміння* можна розглядати як критерії комунікативних практик.

Ще одним значущим критерієм комунікативних практик є *ступінь залученості користувачів Інтернету в комунікативну взаємодію*. У цьому контексті виділяють такі рівні залученості:

– *пасивний* – актори не генерують інформаційного наповнення і лише спостерігають за ходом комунікації інших, не беруть участі в обговоренні, користуються контентом, створеним іншими, і при цьому не висловлюють свого ставлення;

– *реактивний (ситуативний)* – комуніканти відстежують хід комунікації, шукають потрібну їм інформацію, споживають інформаційні продукти інших учасників, інколи (ситуативно) висловлюють своє ставлення до предмета обговорення, приєднуються до тієї чи іншої думки, застосовуючи ті чи інші комунікативні практики. Своїм перебуванням в Інтернеті (на сторінці в соціальних мережах або на форумі) суб'єкти залишають інформаційний слід, збільшують показники відвідуваності, кількість переглядів, поповнюючи та розширюючи контент Інтернету;

– *проактивний* – суб'єкти взаємодії генерують нові смисли, створюють та поширюють інформацію, висловлюють своє ставлення, реагують на думку інших суб'єктів взаємодії.

Слід також враховувати, що на здійснення та розгортання комунікативних практик в інтернет-середовищі впливають *особливості інтернет-комунікації*, зокрема:

– *опосередкованість інтернет-комунікації електронним сигналом*, що, з одного боку, уможлиблює асинхронну (нелінійну) комунікацію і дає змогу кожному користувачеві в будь-який час взаємодіяти не тільки з членами онлайн-ової групи, інтернет-спільноти, а й окремо реалізовувати комунікативні практики в глобальному просторі Всемережжя, з другого – брак технічного обладнання (комп'ютера з доступом в Інтернет) або недостатній рівень комп'ютерної компетентності користувача обмежують можливості комунікативної взаємодії;

– *залежність комунікативних практик від структури медіуму*, унаслідок чого користувачі сприймають “реальність” через контент, створений ЗМІ, ТБ, провайдерами, адміністраторами, редакторами сайтів, журналістами мережі Інтернет та іншими агентами впливу, які нерідко маніпулюють фактами;

– *віртуальний характер інтернет-комунікації*, що уможлиблює анонімність взаємодії в Інтернеті. Відсутність соціальних статусів, цензури, необмежені можливості взаємодії в різних сферах, з різними суб'єктами спричинюють розгортання комунікативних практик, спрямованих на “ідеальну комунікацію” (на принципах відкритості, свободи, прозорості тощо). А проте на сучасному етапі розвитку Інтернету зберігається можливість лише “відносної анонімності”. ІТ-технології третього покоління дають змогу визначати будь-якого користувача за ІР-адресою, а також персоналізувати контент, тобто встановити персону, яка створила і поширила його. Таким чином, особливості інтернет-комунікації позначаються на реалізації комунікативних практик. А втім, слід пам'ятати, що спрямованість визначає сама особистість.

Так, *гіпертекстуальність*, з одного боку, прискорює пошук інформації, розширює простір для саморозвитку, сприяє засвоєнню нових знань, допомагає користувачеві моделювати, організувати текстовий простір у зручний для нього спосіб, з другого – породжує таке явище, як “мережевий запінг”, що є аналогом телевізійного запінгу – практики постійного перемикання телеканалів, без будь-якої конкретної мети. У разі тривалого “блукання лабіринтами” мережі Інтернет без цілей і безпосередніх комунікацій “мережевий запінг” може призводити до виникнення інтернет-адикції. Якщо ж перехід з одного ресурсу на інший має певну мету й усвідомлюється особою (користувач ставить лайк, виправляє помилки, голосує, розміщує текст на підтримку, приєднується до онлайн-ової спільноти з однаковими інтересами, прагне досягти взаєморозуміння з іншими тощо), гіпертекстуальність Інтернету сприяє цілераціональній взаємодії суб'єкта з іншими в інтернет-середовищі.

На розгортання і трансформацію комунікативних практик в інтернет-середовищі впливає й *інтерактивність Інтернету*. На сторін-

ках соціальних інтернет-мереж, у блогах та мікроблогах, відеоблогах, чатах, інтернет-конференціях саме завдяки інтерактивності, розгортаються широкі обговорення, дискусії, діалоги, полілоги. З'являються *модератори* цих обговорень, які разом з іншими учасниками демонструють різні види комунікативних практик, зокрема практики публічного представлення, захисту значущих суспільних інтересів, ініціювання різних способів саморганізації, залучення громадян до проектування колективного та індивідуального майбутнього.

Разом із тим інтерактивність може породжувати і такі негативні явища, як тролінг, “мережеве зависання”. У соціальних мережах молодь має можливість задовольняти різноманітні потреби і тому проводить у віртуальному світі все більше часу. Таке “зависання у мережах” призводить до “випадіння” із життя реального. Іншим потужним видом комунікативної діяльності в Інтернеті є тролінг – вид віртуального спілкування з порушенням етики мережевої взаємодії, що виражається у вигляді різних форм агресивної, знущальної й образливої поведінки для нагнітання конфліктів [12, с. 50]. У найбільш загальному вигляді це явище характеризується як процес розміщення на віртуальних комунікативних ресурсах провокаційних повідомлень, що призводить до нагнітання соціального напруження через порушення правил етичного кодексу інтернет-взаємодії [там само, с. 49]. Якщо розглядати тролінг як негативне явище, зручніше за все, безсумнівно, аналізувати його як форму соціальної агресії. Інтернет-тролі як комунікатори активні, мобільні, здатні активізувати інтернет-аудиторію проблеми, даючи свою інтерпретацію, застосовуючи власні методи і реалізуючи власні цілі.

У віртуальному середовищі існує навіть розподіл на “товстих” і “тонких” тролів. Так, “товсті” тролі відкрито порушують правила інтернет-ресурсу, ображають його учасників, викликають конфліктні ситуації. “Товстий” тролінг можна зафіксувати відразу, зазвичай він вдається до агресивних практик конфлікту. З перших же постів (повідомлення на веб-форумі) “товсті” тролі виявляють себе досить різко і грубо, їхня думка докорінно відрізняється від думки локальної більшості. Нерідко причиною такої агресивної поведінки є неповна самореалізація в реальному житті. “Тонкі” тролі, навпаки, вирізняються глибокими знаннями в галузі психології, зокрема психології маніпулювання, що дає їм змогу впливати на людей за допомогою витончених механізмів впливу, особливо під час діалогів (полілогів) у дискусіях. Тож у комунікантів різні цілі взаємодії та способи їх досягнення. Тому й комунікативні практики залежно від способу впливу на комунікативну взаємодію (формування та підтримка взаємозв'язків у

ній або, навпаки, провокації та нагнітання конфліктів) можуть бути різними – конструктивними або деструктивними.

Конструктивні практики утворюються в результаті генерування власної авторської інформації або поширення контенту інших користувачів з метою досягнення взаєморозуміння, комунікаційного співробітництва з іншими учасниками спільноти. Такі практики сприяють формуванню ефективних моделей поведінки, відтворенню та розвитку соціальної спільноти, зміцненню зв'язків між її членами, націлені на порозуміння в суспільстві в цілому. *Деструктивні* практики розгортаються через генерування або поширення інформаційного контенту, як правило, негативного або образливого змісту з метою розпалювання суперечок і конфліктів. Такий тип поведінки, як хамство, конфлікти, соціальна агресія, налаштовує учасників на агресивне ставлення одне до одного, розбалансовує спільноту, спонукає до конфліктів навколо інформаційного наповнення. Відповідно до означених критеріїв, зокрема способу взаємодії, залученості користувачів Інтернету в комунікативну взаємодію, пропонуємо структурну модель комунікативних практик в інтернет-середовищі (рис.).

Висновки. Комунікативні практики в інтернет-середовищі, опосередковані електронним сигналом, структурою медіуму, віртуальним характером інтернет-комунікації, є не просто копією, ерзацом реальних соціальних практик, а способами цілераціональних дій суб'єкта, спрямованих на обмін інформацією, генерування нових смислів, утворення ефективних (продуктивних та оперативних) моделей комунікативної взаємодії. У неосяжному просторі Інтернету суб'єкт обирає і використовує ті комунікативні практики, які, на його думку, забезпечують адекватне передавання та сприймання інформації, репрезентують його систему знань, норми, цінності, моделі поведінки. Норми і правила розгортання комунікативних практик формуються користувачами Інтернету в процесі взаємодії комунікантів. Критеріями комунікативних практик в інтернет-середовищі є *залученість особи в інтернет-комунікацію* (активні, реактивні комунікативні практики); *спосіб впливу* на взаємодію в інтернет-середовищі (конструктивні і деструктивні комунікативні практики). На розгортання комунікативних практик нового кіберпокоління впливають особливості інтернет-комунікації (віртуальність, невизначеність просторово-часової локалізації, інтерактивність, гіпертекстуальність, фрагментарність тощо), а також спрямованість особистості.

У подальшому є сенс розглянути комунікативні інтернет-практики, що здійснюються і розгортаються як прагнення до визнання або як прагнення до порозуміння.



Рис. Структурна модель комунікативних практик в інтернет-середовищі

Література

1. *Иванов Д. В.* Виртуализация общества / Д. В. Иванов. – СПб. : Петербург. востоковедение, 2002. – 224 с.
2. Основные теории коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://psyera.ru/osnovnye-teorii-kommunikacii_7231.htm
3. *Pearce W. B.* Extending the Theory of Coordinated Management of Meaning (CMM) Through a Community Dialogue Process / Pearce W. B., Pearce K. A. // *Communication Theory*. – 2000. – Is. 10. – P. 405–423.
4. *Suler J.* Identity Management in Cyberspace [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage>.
5. *Cronen V. E.* Practical Theory and the Tasks Ahead for Social Approaches to Communication // *Social approaches to communication* / W. Leeds-Hurwitz (Ed.). – New York : Guilford, 1995. – P. 217–242.
6. *Щипицина Л. Ю.* Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа / Л. Ю. Щипицина. – М. : Крассанд, 2010. – 296 с.
7. *Goban-Klas T.* Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu / T. Globan-Klas. – Warszawa-Krakow : PWN, 1999. – 336 s.
8. *Doering N.* Sozialpsychologie des Internet / N. Doering. – Hogrefe Verlag, 2003. – 516 s.
9. *Краснякова А. О.* Інтернет-комунікація як чинник становлення політичної суб'єктності особистості / А. О. Краснякова // Проблеми політичної психології : зб. наук. праць / Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2015. – Вип. 2 (16). – С. 243–253.
10. *Апель К.-О.* Трансформация философии / К.-О. Апель ; пер. с нем. В. Куренного, Б. Скуратова. – М. : Логос, 2001. – 344 с. – (Университетская библиотека. Серия “Сигма”).
11. *Бодрийяр Ж.* Система вещей / Жан Бодрийяр. – М. : Рудомино, 2001. – 212 с.
12. *Внебрачных Р. А.* Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах / Р. А. Внебрачных // Вестник Удмуртского университета. Серия 3: Философия. Социология. Психология. Педагогика. – 2012. – Вып. 1. – С. 48–51.

References

1. *Ivanov, D. V.* (2002). *Virtualizatsiya obshchestva* [Virtualization of society]. St. Petersburg: Peterburgskoye vostokovedeniye Publ. (rus).
2. *Osnoynnye teorii kommunikatsii* [Main Theories of Communication], http://psyera.ru/osnovnye-teorii-kommunikacii_7231.htm (rus).
3. *Pearce, W. B.* and *Pearce, K. A.* (2000). Extending the Theory of Coordinated Management of Meaning (CMM) Through a Community Dialogue Process. *Communication Theory*, 10, 405–423.
4. *Suler, J.* Identity Management in Cyberspace, <http://users.rider.edu/~suler/psycyber/identitymanage>.
5. *Cronen, V. E.* (1995). Practical Theory and the Tasks Ahead for Social Approaches to Communication. In W. Leeds-Hurwitz (Ed.), *Social approaches to communication* (pp. 217–242). NY: Guilford.

6. Schipitsina, L. Yu. (2010). *Kompyuterno-oposredovannaya kommunikatsiya: Lingvisticheskiy aspekt analiza* [Computer-mediated communication: the linguistic aspect of analysis]. Moscow: Krasand Publ. (rus).
7. Goban-Klas, T. (1999). *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu* [Media and mass communication. Theories and analysis of the press, radio, television and the Internet]. Warszawa-Krakow: Wydawnictwo naukowe PWN (polish).
8. Doering, N. (2003). *Sozialpsychologie des Internet* [Social Psychology of the Internet]. Hogrefe Verlag.
9. Krasniakova, A. O. (2015). Internet-komunikatsiia yak chynnyk stanovlennia politychnoi subiektnosti osobystosti [Internet communication as a factor of consolidation of individual political subjectivity]. *Problemy politychnoi psykhhohii* [Problems of political psychology], 2(16), 243–253 (ukr).
10. Apel, K.-O. (2001). *Transformatsiya filosofii* [Transformation of philosophy]. Translyeted by V. Kurinnoy, ed. B. Skuratov. Moscow: Logos Publ. (rus).
11. Baudrillard, J. (2001). *Sistema veshchey* [The System of objects]. Moscow: Rudomino Publ. (rus).
12. Vnebrachnykh, R. A. (2012). Trolling kak forma sotsialnoy agresii v virtualnykh soobshchestvakh [Trolling as a form of social aggression in virtual communities]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya 3: Filosofiya. Sotsiologiya. Psikhologiya. Pedagogika* [Bulletin of Udmurt University. Series 3: Philosophy. Sociology. Psychology. Pedagogy], 1, 48–51 (rus).

Krasniakova A. O. Problems of research of communicative practices on the Internet environment

Communicative practices on the Internet environment are considered as methods of goal-oriented actions of the subject, aimed at the exchange of information, the generation of new meanings and the formation of effective models of communicative interaction. The peculiarities of Internet communication which affect on deployment of communicative practices, in particular the mediation of Internet communication by electronic signal, the condition of communicative practices by the structure of the media, and virtuality are analyzed. Attention is drawn to the fact that the deployment of communicative practices of a new cyber generation is influenced not only by the features of Internet communication (virtuality, interactivity, hypertext, fragmentary), but also the orientation of the individual. Internet communication is defined as an integrated process of computer-mediated interaction of subjects in the Internet environment, the Internet environment - as a new “hybrid” environment, created through the use of information and communication technologies as a result of the integration of elements of real and virtual life. The criteria of communicative practices are highlighted; in particular the level of engagement of users in communicative interaction (passive, reactive, proactive) and the way communicators interact (constructive, destructive). The structural model of communicative practices in the Internet environment (according to the defined criteria) is presented.

Key words: communicative practices, Internet environment, Internet communication, virtuality, interactivity, hypertextuality.