

## **АНАЛІЗ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК КОРИСТУВАЧІВ ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ**

*Анотація. Здійснено аналіз комунікативних практик інтернет-користувачів. Інтернет-практики розподілено у відповідності з типами мережної діяльності. Виділено практики написання особистої сторінки, коментування повідомлень інших блогерів, читання блогсторінок та змішану практику мережної комунікації. Визначено практики за типом повідомлення, а саме практики домінування, уникання та взаємопідтримки.*

*Представлено типологію блогів розроблену у відповідності з домінуючою комунікативною стратегією та змістовним наповненням особистих сторінок. Визначено приватні та публічні блоги, анонімні й відкриті, орієнтовані на іншого або на себе, ті в яких викладаються певні події й ті, що є спрямованими на розкриття власних переживань.*

*Ключові слова: комунікативні інтернет-практики, блоги, мережа інтернет, інтернет-користувачі.*

**Проблема та актуальність.** Поява мережі інтернет, її розвиток та надзвичайно стрімкі темпи поширення стала тією подією, що вплинула на життя людства, змінивши його усталені погляди на реальність. Однією з головних потреб особистості, що почала активно опановувати новий інформаційно-комунікативний простір, стала потреба в комунікативному обміні. Для переважної більшості користувачів медіапростору цілком природною та звичною стала практика інтернет-комунікації, що стала можливою за допомогою соціальних сервісів мережі інтернет.

Комунікативні інтернет-практики, надають можливість вибудовувати певне ставлення до себе та до інших ґрунтуючись на контенті, що наповнює мережний простір,

сприймати та надавати інформацію, репрезентувати знання, норми й цінності, що є характерними для опосередкованого комунікативного середовища та на основі цього конструювати власне. Вибудовуючи діалог зі світом, що стає можливим завдяки інтернет-технологіям, особистість починає краще розуміти себе, намагається прислухатися до власних потреб та бажань, стає чутливішою до інших, а отже має можливість ефективніше взаємодіяти з оточуючими використовуючи для цього потужний комунікативний ресурс.

Власне розвиток поняття практик в першу чергу пов'язаний з іменами таких вчених як П.Бурдьє, Е.Гіденс, Г.Гарфінкель, Дж.Остін, І.Гофман, Л.Вітгенштайн та добре відомих російських науковців Т.І.Заславської, Л.Г.Іоніна, В.А.Лукова, В.В.Волкова, О.В.Хахордіна. Комунікативні інтернет-практики вивчаються дедалі активніше (А.Л.Радкевич, В.Л.Сілаєва, Д.В.Іванов та ін.), проте багато аспектів й досі лишаються поза увагою дослідників.

Виходячи з того, що медіапростір ґрунтується на комунікативній діяльності мешканців інтернет-мережі *мета* даної статті полягає у розкритті особливостей комунікативних практик користувачів соціальних сервісів мережі інтернет.

#### ***Викладення основного емпіричного матеріалу.***

Спираючись на емпіричну модель, що була нами розроблена в рамках дослідження комунікативних інтернет – практик, їх вивчення проводилося з опорою на матеріал, що представляє повсякденний контекст їх сприйняття, а саме джерела особистого походження – он-лайн щоденники (блоги).

Враховуючи специфіку блогосфери та велику кількість тематичних напрямків, нами виокремлювались авторські блоги, тобто ті, що велися від однієї особи; *персональні*, що головним чином вміщували записи про особисте життя автора, його розповіді та спостереження, які стосувались інтернет-комунікації; *текстові*, основний зміст яких мав текстовий

формат, втім міг бути доповнений будь-якою мультимедійною інформацією. Зазначимо, що останнім часом особливого поширення набули щоденники, які не тільки доповнюються але побудовані виключно на матеріалі мультимедійного формату. Такими є фотоблог, артблог, підкаст та блогкастинг (надиктований текст), відеоблог, які заслуговують на окрему увагу не лише тим, що істотно збагачують їх контентне наповнення, але й підіймають на поверхню цілий пласт неусвідомленого автором змісту. Також ми розглядаємо *контентний блог*, в якому висвітлюється первинний авторський контент. За технічними параметрами блог мав бути розміщений на *блог-платформі* або окремому хостінгу – *автономний блог*.

Для того, щоб дослідити специфіку розгортання комунікативних інтернет-практик на феноменологічному рівні, ми використовували праксиметричний метод або аналіз продуктів діяльності користувачів, контент аналіз та метод наративу.

Нами було проаналізовано 150 блог-сторінок на наступних мережних платформах: Blogger, Type Pad Micro, Posterous Spaces, Live Journal, Tumblr, WordPress.com. Зазначимо, що ми обирали найпоширеніші блог-платформи, що визнаються більшістю блогерів. До того ж всі перераховані вище блоги вміщують різноманітний набір опцій, що певним чином позначається на ефективності комунікації користувачів, які обирають для себе послуги того чи іншого сервісу інтернет-мережі, про що детально йшлося в статті присвяченій описанню процедури дослідження комунікативних інтернет-практик [1].

Аналіз текстів проводився нами за трьома категоріями: змістовній, особистісній та процесуальній у відповідності з визначеними критеріями. Враховуючи параметри, що задаються специфікою мережного простору, основними

*критеріями*, що були нами виокремленні з метою розкриття соціально-психологічних особливостей розгортання комунікативних практик стали *анонімність, приватність, опосередкована активність* та те, як ступінь їх актуалізації, в тій чи іншій мірі, позначається на розгортанні та підтриманні особистістю комунікативних практик на певному рівні. Тут ми маємо на увазі, що користувачі он-лайн простору мають унікальну можливість самостійно визначати межі приватності в комунікації, анонімності та власної активності, що певним чином позначається на ефективності мережної взаємодії в цілому.

Систематизуючи розповіді за змістом, ми виокремлювали ті сторінки, що були присвячені досвіду особистих переживань пов'язаних з щоденною мережною діяльністю користувачів. Їх загальна кількість становила 40 особистих сторінок. Головними індикаторами аналізу виступили: рейтинг блогу, що відображає ступінь зацікавленості інших користувачі (кількість посилань, відгуків, відвідувачів, коментарів(лайків); формат розгортання комунікативних практик (анонімний чи відкритий, приватний або публічний).

Розподіляючи тексти за означеними категоріями нами було визначено, що тема мережної комунікації не є поширеною серед користувачів. В переважній більшості блогів, домінуючою є тематика присвячена оптимізації процесів навігації в межах блогосфери та спрямована на підвищення власного рейтингу серед блогерів, а також технічне оснащення сторінки засобами мультимедіа. Проте, психологічна складова особливостей мережної комунікації, що розкривається в поодиноких текстах користувачів, виявляється доволі цікавою для інших інтернет-мешканців про що свідчить певна кількість відгуків на тексти, що висвітлюють тему досвіду мережної комунікації.

Специфіка мережного простору, докорінно змінила погляди суспільства на межі приватного та публічного. Аналізуючи он-лайн сторінки, ми звертали увагу на те, на скільки важливим є для особистості визначення меж приватності в он-лайн комунікації.

Майже половина авторів особистих сторінок визначають для себе певне коло осіб, що мають доступ до контенту, який міститься на сторінках блогу. Ця кількість, в свою чергу, може корегуватись автором у бік збільшення, чи навпаки зменшення тих з ким він воліє контактувати. Цим, з одного боку, демонструється намагання користувачів в такий спосіб забезпечити себе в багатомільйонному просторі, не бажання виставляти напоказ особисті переживання, або ж є спробою оточити себе колом перевірених, надійних співрозмовників комунікація з якими вибудовується в очікуваному та прогнозованому форматі, а отже зменшує побоювання щодо непередбачуваних та небажаних коментарів.

Вивчаючи особисті щоденники ми акцентували увагу на тому, як рівень приватності позначається на ефективності розгортання комунікативних практик та життєконструюванні особистості в межах інтернет-простору. Слід зазначити, що прослідковується певна тенденція більш продуктивної комунікації тих користувачів, що конструюють он-лайн сторінку у публічному форматі з необмеженою кількістю осіб. На це вказує кількість посилань на конкретні пости автора, гостей та постійних читачів, що є значно більшою ніж в тих блогерів, які обмежують доступ до сторінки рамками приватності. Підтвердженням цьому є особисті записи блогерів, які яскраво демонструють динаміку розгортання комунікативного дискурсу в площині вибору користувачем приватного профілю.

Проте, не лише ці показники, що є цілком очевидними в наслідок широкого кола відвідувачів дають підстави вбачати їх

більш успішними в мережній комунікації, але й кількість та якість контентного наповнення особистих сторінок. Чим більше користувачів відвідує особисті сторінки не лише переглядаючи але й коментуючи їх, тим більше ресурсу з'являється в авторів для постійного змістовного оновлення власних сторінок. Зазначимо, що комунікативні інтернет-практики, які мають місце в блогосфері, розгортаються у відповідності з концепцією Л. Він та М. Сингер з послідовним встановленням спільного «фокусу уваги», що відбувається у чотири етапи[2]. На першому етапі, автор блог-сторінки акцентує увагу на певній події або особистих почуттях. Другий етап, пов'язаний з виникненням уваги інших користувачів щодо викладеного повідомлення. Відповідно для третього етапу, характерним є встановлення спільного фокусу уваги та власне комунікативний обмін. На четвертому етапі виокремлюється коло тих користувачів, з якими стає можливим дійти певної згоди у важливих питаннях.

Разом з приватністю, змінюється погляд на відкритість та анонімність[3]. Переважна частина блог-сторінок, що були нами розглянуті, викладаються в анонімному форматі. Це може пояснюватись прагненням користувачів, з одного боку, розповідати про певні події, фіксувати особисті переживання та разом з тим, наявними побоюваннями їх неприйняття іншими. Анонімність, надає користувачеві відчуття цілковитої свободи, знімає певні обмеження, дозволяє висловлюватись більш відкрито та впевнено й почуватися при цьому в безпеці, а відтак краще розуміти одне одного.

Автор щоденника, що пишеться в анонімному форматі, перш за все намагається вплинути своєю розповіддю на його читачів, в той час як щоденники відкритого формату ставлять на меті виправдати певні очікування тих, чия увага є прикутою до подій викладених на його сторінках [4]. Аналізуючи он-лайн сторінки, які ведуться під кібер-ім'ям та доповнюються

для більшого ефекту красномовною «аватаркою», на відміну від сторінок авторами яких оприлюднюється справжнє ім'я, вік, стать, впадає у вічі більша відкритість, щирість, відвертість життєвих історій. Блогери, що обирають для себе формат анонімної комунікації, приховуючи свої соціальні характеристики відкривають, натомість, власну сутність оприлюднюючи істині переживання, страхи, прагнення, мрії, захоплення розкриваючи увесь внутрішній світ на зустріч невідомому співрозмовнику, який може виявитись толерантним, чи навпаки вороже налаштованим. Таким чином, стає цілком очевидним той факт, що анонімність, яка має місце в мережному просторі, набуває умовного статусу забезпечуючи користувачеві можливість щирого та відкритого висловлення власних думок й разом із тим є індикатором не довіри щодо інших.

Найяскравіше це підтверджується текстами самих блогерів. «А причина його популярності та необхідності криється в нас самих... в нашій негативній рисі, що змушує нас обманювати, використовувати. Вона є корінь усіх пороків, пусковий механізм, що запускає більшість наслідків. Вона є знайомою з дитинства. Хіба ви ще не зрозуміли про що іде мова? Це страх відкритості. Колись всі були відкритими. Але в одну чудову мить хтось це використовував або ж цілеспрямовано виправляв. Далі кожен будує свій світ, накопичує свої маленькі секрети, ховає себе справжнього, підлаштовується під оточуючих. Або ж людина є зламанною, повністю поглинутою системою, або стає недосяжною для оточуючих такою, якою вона є насправді» Олексій Одинак.

Анонімність суттєво збагачує можливості мережної самопрезентації особистості. Більшість користувачів намагаються привернути увагу до своїх он-лайн сторінок, надаючи перевагу саме технологічним засобам конструювання мережного образу, що певним чином позначається на

ефективності розгортання комунікативних практик. Користувачі створюють власний образ на свій розсуд, що часто конструюється спираючись на наявні якості або ж відповідно до бажаних на ґрунті певного, омріяного образу. Часто особистість конструює віртуальний образ, що набуває популярності в межах та часто за межами інтернет простору, що спонукає змінюваним профіль з анонімного на відкритий, привносячи тим самим певні корективи в процес комунікації.

Таким чином, ми підійшли до розгляду особистісної категорії, що надає можливість проаналізувати соціально-психологічні особливості комунікативних практик, які розгортаються в межах медіа простору. Те, як особистість презентує себе у мережному просторі, використовуючи соціальні сервіси, позначається на соціальній ідентичності не лише за рахунок приналежності користувача до певної віртуальної спільноти але й завдяки протиставленню себе цій спільноті. Не рідко, обираючи для себе стратегію протиставлення, окреслюється бажання визначити власну соціальну ідентичність. Крім того, віртуальна самопрезентація, що відрізняється від реальної ідентичності, не рідко робиться для того, щоб відчутти новий досвід. Адже конструювання певного образу в мережі є певною розповіддю особливостей автора щоденника, його захоплень, внутрішнього світу. Видається цікавим те, яким саме чином та за допомогою яких засобів автор конструює та підтримує в щоденних комунікативних практиках певний образ.

Аналізуючи блоги за критеріями анонімності та приватності ми звертаємо увагу на специфіку розгортання комунікації на блогсторінках. Відповідно до обраної комунікативної стратегії, а саме орієнтованості блогерів на приватну чи публічну комунікацію, анонімну чи відкриту та спираючись на змістовне наповнення, блоги видається можливим розподілити на ті, що є орієнтованими на іншого та

ті, що спрямовані на себе; ті в яких викладаються певні події й ті, що розкривають особисті переживання. Слід однак зазначити, що виокремлені стратегії є доволі умовними, оскільки можуть актуалізуватись в окремих життєвих ситуаціях або ж поступатись місцем іншим чи поєднуватись між собою. Зауважимо, що спрямованість автора он-лайн щоденника на розкриття певних переживань у поєднанні з орієнтацією на фігуру іншого, наповнює комунікативну практику психотерапевтичним змістом, оскільки особистість отримує підтримку, розуміння, схвалення окремих дій. В той час, як описання певних подій та спрямованість на себе можуть розглядатись, як намагання особистості структурувати власний життєвий простір. Орієнтованість на іншого та викладення подій може вказувати на формальну комунікацію, що здійснюється з метою підтримання сторінки в активному стані.

Аналізуючи специфіку віртуального дискурсу та спираючись на визначені нами вище критерії є необхідним розглянути комунікативні інтернет-практики відповідно до інтенсивності використання медіа сервісів. Тут мається на увазі розгортання комунікативних практик з огляду зайняття користувачем певної позиції відносно щоденної мережної комунікації. Досліджуючи блогсторінки за змістовною категорією ми, як вже зазначалось раніше, звертали увагу на інтенсивність оновлення контенту, кількість відповідей на коментарі інших користувачів, що надходять у відповідь на розміщене повідомлення, коментування інших блогерів та «перепост» їх сторінок. Отже, видається можливим виокремити *ініціативних* блогерів, для яких є характерним часте оновлення змістовного наповнення власної сторінки в середньому два - три рази на тиждень, а інколи й щоденні короткі записи, обов'язкові відповіді на коментарі інших блогерів та рухлива навігація по інших сторінках з

обов'язковими посиланнями та коментарями.

В свою чергу, ті блогери які доволі рідко коментують інших та час від часу оновлюють свою сторінку або взагалі її не мають, не лишають коментарів або ж зводять їх до рівня формальних переважно споживаючи контент викладений іншими користувачами, віднесені нами до *інертних*. Зауважимо, що користувачі, які тяжіють до приватної комунікації в мережному просторі, скоріше за все можуть бути віднесені до інертної групи, адже можна припустити, що саме відкритий доступ до особистої сторінки спонукає автора на її систематичне оновлення. Чим більше користувачів знайомиться зі змістом сторінки, тим частіше виникає потреба наповнювати його щоб залишатись актуальним, лідером, підтримувати певний мережний статус.

Слід зазначити, що в результаті розгортання комунікативних практик ініціативного змісту актуалізуються наступні потреби: обмін мультимедійним контентом, розширення кола знайомих, підтримання статусу серед блогерів на певному рівні, розвага. Здебільшого ці потреби є між собою взаємопов'язаними, при цьому відповідно до мети, що актуалізується в процесі комунікації, певна потреба стає провідною, а всі решта займають другорядне місце. Слід також звернути увагу на те, що змістовне наповнення, частота коментувань користувачами одне одного стають критерієм встановлення між користувачами певного зв'язку в результаті розгортання комунікативних практик. Цей зв'язок може бути *міцним*, зважаючи на ступінь занурення та зацікавленості, й *слабким* у формальному варіанті коментування.

Виходячи з викладеного вище матеріалу, видається можливим розподілити комунікативні практики за *типом мережної діяльності*. Отже, ми виділяємо практику *написання* особистої сторінки, практику *коментування* повідомлень інших блогерів, практику *читання* блогсторінок та *змішану*

практику мережної комунікації.

Таким чином, ми підійшли до аналізу блогсторінок за процесуальною категорією. На цьому етапі дослідження стає можливим визначити комунікативні практик за *типом повідомлення*. Як ми вже зазначали вище, розглядаючи комунікативні практики за змістовною категорією, ті хто користується послугами сервісів інтернет-мережі, мають можливість обирати різні типи комунікації зважаючи на особливості медіа простору. Обираючи для себе ту чи іншу комунікативну стратегію, особистість очікує отримати певний результат. Найяскравіше це розкривається в практиках коментування. Як ми вже згадували вище, практики коментування певним чином змінюють функціональне призначення блогу, адже власне сам блог вважається «живим» доти, доки на повідомлення автора надається певна кількість відгуків від інших мешканців блогосфери.

З метою розгляду практик за типом повідомлення ми використовуємо стандартні одиниці контент аналізу, а саме: в текстах виокремлюються судження, що аналізуються за *ставленням* (категоричні, умовні “якщо так сталося, то”); за *якістю* (стверджувальні, заперечуючи); за *об’ємом* (загальні “Кожен вчинив би так само на твоєму місці”, „Всі ми люди” та особисті ”Не розумію, як тобі таке спало на думку”). Визначається головна *емоційна забарвленість* відгуків на текст (позитивні, негативні) та *додаткове* емоційне підсилення за допомогою смайл-позначок, використання емотікону. Коментарі, в свою чергу, можна розподілити як судження певної можливості, що спрямовані на підтримку, схвалення, допомогу („Я тобою пишаюся”, „Субж мене зачепив”), *асерторичні* (констатація описаного ”Ти дійсно молодець”, *аподиктичні* (необхідність, безвихідь “Так вчинити міг лише бовдур”).

Найяскравішу характеристику коментарям, що мають

місце в мережній комунікації надають самі користувачі. Прикладом в даному випадку є текстове повідомлення блогера, що демонструє особисте ставлення щодо відгуків, які надходять у відповідь на змістовне текстове наповнення блог-сторінок та особисте ставлення блогерів щодо певних відгуків. «Що я полюблюю більш за все, це читати коментарі. Просто є цікавою думка інших. Тому мене бісять самозакохані блогери, які видаляють будь-які зауваження лишаючи виключно «дякування». Ще бісять ті, в кого коменти є явно замовленими - виключно «дякування». На нормальних блогах ніколи такого не бачив. Бувають лише поодинокі випадки. Нещодавно знайшов корисний блог, проте самозакоханість автора в усіх коментах окрім «дякувань» та вихвалянь його геніальності вбачає провокацію. Такі блоги не читаю навіть не зважаючи на їхню цікавість» Andre gloub.

Правила, що встановлюються мережними спільнотами, певним чином позначаються на тому в який спосіб особистість намагається привернути увагу до себе обираючи той чи інший тип мережної комунікації. На наш погляд видається доволі цікавим та інформативним розподіл комунікативних практик за типом повідомлення, оскільки саме такий аналіз дозволяє сформуванню певні уявлення про соціально-психологічні особливості практик життєконструювання особистості за допомогою соціальних інтернет-сервісів.

Як ми вже зазначали вище, в умовах анонімності та фізичної не представленості користувачі отримують значно більше можливостей та свобод у комунікації з іншими мешканцями блогосфери. Коментуючи тексти інших блогерів, певна кількість користувачів не свідомо або свідомо прагне самоствердження, підвищення власного статусу шляхом приниження інших. В процесі розгортання комунікативних інтернет-практик, найбільш агресивними та провокуючими є практики за типом *домінування* (тролінг, флудінг, сперечання,

вразання). Практики за типом *уникання* (аутсайдерство, увага, достотність), характеризуються скоріше дотриманням формальних аспектів комунікації, що дозволяє утримувати межі власної приватності. Та найбільш конструктивними виявляються практики *взаємодтримки* (дружність, відкритість, натхненність, заспокоєність), що надають користувачам можливість ефективно взаємодіяти з іншими користувачами у спільному комунікативному просторі.

Отже, комунікативні інтернет-практики, надають можливість вибудовувати певне ставлення до себе та до інших ґрунтуючись на контентному наповненні, що є результатом щоденної активності мешканців інтернет-середовища. Специфіка мережної діяльності, надає користувачам унікальну можливість самостійно визначати межі приватності в комунікації, анонімності та власної активності, що певним чином позначається на ефективності мережної взаємодії в цілому та тих практиках, що розгортаються в медіа-просторі.

### *Література:*

1. Посохова В.В. Дослідження комунікативних Інтернет – практик в рамках повсякденності // Актуальні проблеми сучасної соціальної психології: матер. інтернет-конф. (20.03.2014 – 25.03.2014). – Ів.-Франківськ : Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2014. – Режим доступу: <http://conference.pu.if.ua/forum/files/20-25032014/klyapets.pdf>
2. Дроботенко О. А. Игровая социальность: правила и ритуалы виртуальной коммуникации. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». – Том 23(62). – 2010. – №1. – С. 127–131.

3. Радкевич А. Л. Социальные интернет-практики как объект социологического анализа // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – №3. – 2009. – Социология. – С. 168–173.
4. Кутузов А. Б. Коммуникативные особенности дискурса компьютерных сетевых форумов // Третьи Лазаревские чтения: Традиционная культура сегодня: теория и практика: материалы Всероссийской научной конференции с международным участием. – Челябинск, 2006. – Ч. 2. – С. 306–311.

*Аннотация. Осуществлен анализ коммуникативных практик интернет-пользователей. Интернет-практики разделены в соответствии с типом сетевой деятельности. Выделены практики написания персональной страницы, комментирования сообщений других блогеров, чтения блогстраниц и смешанную практику сетевой коммуникации. Вызначены практики раскрывающиеся в соответствии с типом сообщения, а именно практики доминирования, избегания и взаимоподдержки.*

*Представлена типология блогов разработанная на основе доминирующей коммуникативной стратегии и содержательным наполнением персональных страниц. Проанализированы private и public блоги, анонимные и открытые, ориентированные на другого или на себя те, в которых описываются определенные события и те, которые направлены на раскрытие собственных переживаний.*

*Ключевые слова: коммуникативные интернет-практики, блоги, сеть интернет, интернет-пользователи.*

*Abstract. The communicative practices of Internet users are analysed. According to the type of network Internet practices are distributed. Practice writing personal page, commentary posts other bloggers, reading of personal page practice and mixed practice of network communication are allocated. Practices by the message type,*

*such as the practice of domination, mutual support and avoidance are determined.*

*The typology of blogs developed in accordance with the dominant communication strategy and content of personal pages are presents. Private and public blogs, anonymous or open, oriented the other or self over, those which set out certain events and those that are aimed opening their own experiences are defined.*

*Keywords: online communication practices, blogs, Internet, Internet users.*