

# ДИСКУРС СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Просьяник О.П.

Харківський національний економічний університет

імені Семена Кузнеця, Харків, Україна

охrpros@gmail.com

Дискурс — ключова категорія буття людини, «що вписує» його різноманітну соціально-когнітивну практику в тексти культури. За словами Джеймса Пол Джи, спеціаліста у сфері соціолінгвістики і дискурс-аналізу, «для кожного з нас усе життя – ніщо інше, як клаптева ковдра з думок, слів, речей, подій, дій та взаємодій у дискурсах» [11].

Однією з особливостей соціально-гуманітарного знання останніх десятиліть є широке використання тих самих категорій, понять і концептів в різних наукових практиках. Дискурс є одним з таких понять. Цілий ряд проблем соціально-гуманітарних наук вирішується із залученням цього поняття і при зверненні до дискурсної тематики: від лінгвопрагматичних аспектів комунікації до питань конструювання соціальної реальності.

Детальний аналіз поняття дискурсу презентований у наукових розвідках В. І. Карасика. Дослідник розкриває сутність дискурсу з позицій декількох галузей гуманітарного знання: 1) лінгвофілософії: дискурс – це «конкретизація мовлення в різних модусах людського існування, тому правомірним є, наприклад, виділення ділового (утилітарного) та ігрового реєстрів дискурсу» [5, с. 192–193]; 2) лінгвістики мовлення: дискурс – це «процес живого вербалізованого спілкування, для якого характерними є численні відхилення від канонічного письмового мовлення, звідси й увага до ступеня спонтанності, завершеності, тематичної зв'язності, зрозумілості розмови для інших людей» [5, с. 193]; 3) соціолінгвістики: дискурс – це «спілкування людей, що розглядається з позицій їхньої належності до тієї чи тієї типової мовленнєвоповедінкової ситуації,

наприклад, інституційне спілкування» [5, с. 194]; 4) прагмалінгвістики: дискурс – це «інтерактивна діяльність учасників спілкування, встановлення і підтримання контакту, емоційний та інформаційний обмін, здійснення взаємного впливу, переплетення комунікативних стратегій, що постійно змінюються, та їх вербальних і невербальних втілень у практиці спілкування, визначення комунікативних ходів у єдності їх експліцитного та імпліцитного змісту» [5, с. 6]; 5) психолінгвістики: дискурс – це «розгортання переключень від внутрішнього коду до зовнішньої вербалізації у процесах породження мовлення та його інтерпретації з урахуванням соціальнопсихологічних типів мовних особистостей, рольових настанов і приписів» [там само].

В україністиці поняття дискурсу визначається як «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, тривалий у часі процес, утілений у певній (іноді значній) кількості повідомлень; мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, друковану, паралінгвальну тощо), відбувається у межах одного чи кількох каналів комунікації, регулюється стратегіями і тактиками учасників спілкування і являє собою складний синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежних від тематики спілкування. Дискурс має своїм результатом формування різноманітних текстів і мовленнєвих жанрів» [1, с. 42–43].

Розвиток суспільства в останні десятиліття характеризується стрімким проникненням в усі сфери людського життя нових інформаційно-комунікаційних технологій. Ці зміни призвели до формування якісно нового типу суспільства, що отримав назву «інформаційного». Розвиток інформаційних технологій сприяє змінам у національному та глобальному інформаційному просторі, а також виникненню нового мовного, інформаційного середовища, нової соціокультурної реальності, що формується і стрімко розвивається з розширенням сфер впливу сучасних засобів комунікації. Активне впровадження новітніх технологій змінює медійні практики та стандарти спілкування і обміну інформацією, сприяє

залученню до створення контенту користувачів, розширюючи можливості співпраці і співтворчості. У результаті виник феномен соціальних медіа, що об'єднують цифрові медіа та онлайн-комунікацію і характеризуються високим рівнем інтерактивності.

Соціальні медіа створюють незвичайний, особливим чином створений інформаційний простір і водночас виступають у якості інструментів. Ефект застосування соціальних медіа слід враховувати в ході досягнення суспільного консенсусу. Описана ситуація впливає із набору характеристик, притаманних електронним текстам загалом, і соціальним медіа зокрема. Електронний текст є системоутворюючою ознакою інтернет-простору як соціальної реальності, а відтак він є дискурсивним за своєю природою, при цьому він є найбільш динамічною та наймасштабнішою складовою інформаційного простору.

Популярність мережі Інтернет зумовила зацікавленість лінгвістів цим феноменом. Так, здійснюються наукові розвідки з лінгвокультурологічних (О. В. Лутовинова) та гендерних особливостей (А. Н. Гайфулліна, О. І. Горошко, Л. Ф. Компанцева) Інтернет-дискурсу, його жанрових форматів (О. Ю. Распопина, Л. В. Самойленко, О. О. Землякова, С. В. Заборовська, С. А. Матвєєва) та мовного оформлення (Н. О. Ахренова, А. Г. Аврамова). Внесено значний вклад у розробку таких базових понять Інтернет-комунікації, як мовна особистість віртуального комуніканта (Н. Г. Асмус, М. С. Рижков), гіпертекст (С. Г. Стройков, Н. В. Коломієць, О. М. Галічкіна), віртуальний комунікативний простір (Н. Г. Асмус) тощо. Усі дослідницькі завдання вирішуються з позицій дискурсивного підходу, методологічним принципом якого є антропоцентризм.

Активна розробка в лінгвістиці проблем комунікації і відсутність єдиної термінології для досліджень викликають необхідність уточнення змісту та розмежування таких понять як "віртуальний дискурс", "комп'ютерний дискурс", "електронний дискурс", "мережевий дискурс" та "Інтернет-дискурс". Терміни "комп'ютерний дискурс" та "електронний дискурс" є абсолютними синонімами, оскільки передбачають спілкування за допомогою комп'ютера.

"Інтернет-дискурс" розуміється як спілкування в Глобальній мережі і є різновидом мережевого дискурсу, який окрім спілкування в Інтернеті включає ще й комунікацію в інших, зокрема, локальних мережах. Таким чином, зазначені види дискурсу перебувають в гіперо-гіпонімічних відносинах, де гіперонімом виступає комп'ютерний (електронний) дискурс, а комунікативне середовище визначається каналом зв'язку.

Такої однозначності не існує між комп'ютерним і віртуальним дискурсом. Віртуальний дискурс розуміється вужче, ніж комп'ютерний, оскільки останній – це не лише спілкування за допомогою комп'ютера, але й спілкування людини з комп'ютером. Окрім того, комп'ютерному дискурсу притаманний безпосередній контакт комунікантів, чого немає за віртуального спілкування, де партнер домислюється нашою свідомістю. А з іншого боку, віртуальний дискурс трактується ширше, ніж комп'ютерний, оскільки спілкування у віртуальній реальності створюється не лише через комп'ютер, але й інші засоби зв'язку [6, с. 9]. Разом з тим, електронний (комп'ютерний) та віртуальний дискурси позначають масиви, котрі окрім текстів Інтернет-середовища включають тексти на непаперових носіях (аудіокниги, фільми, музичні диски, ігри, програми), мультимедійні прилади (смартфони, комунікатори, ipods, ebooks) тощо та є значно ширшими, ніж Інтернет-дискурс [7, с. 129].

Демократичність дискурсу соціальних медіа підтверджується доступністю інформації в інтернет-середовищі – йдеться про широке трансляційне покриття аж до необмеженої кількості учасників, досяжність інформації з будь-якої точки зв'язку. Доступність пов'язана не тільки з технічними параметрами, а й з феноменом нової соціальної організації: учасники інтернет-комунікації не розділені відстанями, політичними кордонами чи мовними бар'єрами. З огляду на це цілком виправданим видається визначення мережевого простору як «віртуальної агори та експериментального комунікативного майданчику XXI століття» [2, с. 47].

Таким чином, дискурс соціальних медіа передбачає діалогічність і полілогічність, постійний і повноцінний зворотний зв'язок, реалізований в нових комунікативних форматах, що визначає його демократичність. В результаті інтернет-комунікація інтенсифікує міжособистісні відносини, що проявляється у соціалізації та консолідації як окремих індивідів, так груп і співтовариств в цілому, і сприяє реалізації інтеграційної функції соціальних медіа – формування колективної ідентичності через об'єднання авторів за життєвими позиціями й інтересами, цим самим перетворюючи соціальні медіа у «простір соціальної взаємодії», що сприяє формуванню громадянського суспільства [9, с. 98].

Своєрідність протікання процесів міжособистісного сприйняття в Інтернеті призводить до того, що територіальна доступність і фізична привабливість втрачають своє регулююче значення, а спілкування будується завдяки подібності установок, переконань і цінностей. Основними категоріями соціальної мережі є довіра, думка, вплив та репутація [10, с. 92]. Саме тому для інтернет-дискурсу, і особливо для дискурсу соціальних медіа, характерний істотний вплив лідерів думки – учасників, інформація від яких сприймається, транслюється і використовується значною аудиторією. Ці явища є важливими, оскільки комунікаційний та мотиваційний потенціал соціальних медіа також зумовлює функцію організації прямої громадянської дії.

При цьому у дискурсі соціальних медіа практично не існує «авторитетів на високих п'єдесталах», «зірки» – медійні чи політичні, перебувають «на відстані одного кліка». Монологічна форма комунікації, коли немає змоги вступити в дискусію, висловити свою думку або хоча б «лайкнути», учасників цього дискурсу не цікавить. Завоювати її можна, лише «зафрендившись» із нею [3]. Характерна для учасників дискурсу соціальних медіа скептичність у ставленні до авторитетів парадоксальним чином поєднується із відкритістю для впливів стереотипів та маніпуляцій – виду психологічного впливу, використання якого призводить до прихованого збудження у реципієнта намірів, що не збігаються з його актуальними бажаннями [4, с. 59].

Щодо сприйняття інформації, яка поширюється у соціальних медіа, то воно досить часто характеризується недостатнім рівнем критичності. На ґрунтовний аналіз у реципієнтів часто не вистачає не лише часу, а й навичок. Остання обставина пов'язана з такою рисою інтернет-комунікації, як доступність – інтелектуальна (зрозумілість), комерційна, фізична. Читач може отримати пояснення будь-якого факту на будь-якому рівні складності – від енциклопедичних словників до форумів, де користувачі пояснюють один одному будь-які поняття, або картинок і карикатур, відеороликів за цією ж темою. Це, разом із зростанням масивів інформації, змінює культуру споживання меседжів, значно скорочуючи прийнятний обсяг тексту, в результаті більшість онлайн-аудиторії надає перевагу коротким повідомленням та візуальній інформації.

Водночас, вплив стереотипів і установок посилює поширеність стратегії добудовування комунікативної ситуації або образу партнера з огляду на елементи анонімності та відсутність невербального спілкування, що потенційно може підвищити рівень маніпулятивності комунікативного процесу в цілому [8, с. 41–43].

Потенціал маніпулятивності дискурсу соціальних медіа зумовлений, серед іншого, його високою експресивністю. Експресивність пов'язана з одного боку, із індивідуалізованістю соціальних медіа, що покликані дати можливість користувачам створити власне представництво у віртуальній реальності, стати комунікатором для певної аудиторії, а також задовольнити свої потреби у самореалізації та самовираженні, відтак характеризуються принциповою суб'єктивністю подачі матеріалів та персоналізацією за рахунок формування в текстах особистісної позиції автора. З іншого боку, відкритість для впливів значним чином визначається візуальністю і навіть видовищністю соціальних медіа. Мультимедійність мережевих інформаційних ресурсів, що забезпечується новітніми технологіями багатоканальної передачі інформації, під час якої поєднуються різні знакові системи, дозволяє об'єднати у веб-документі графіку, текст, відео, аудіо, фотографію, анімацію, звукові ефекти, звуковий супровід і т.д.,

що розширює параметри тексту, змінює співвідношення статички і динаміки – від перегляду «усім світом» масових заходів – спортивних, культурних, політичних подій, до бойових дій, що їх сьогодні можна спостерігати у, по суті, прямому ефірі. Таким чином формується досвід спільного переживання, сильні емоційні зв'язки між реципієнтами та завищений рівень експресивності інтернет-комунікації в принципі.

## Література

1. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. К.: Довіра, 2007. 205 с.
2. Горошко Е. И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. Колл. монография. М.: Изд-во Наука, Изд-во Флинта, 2012. С. 9–52.
3. Довженко О. Соціальні медіа як середовище нової медіа критики // Медіакритика. 2012. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analytyka/sotsialni-media-yak-seredovysche-novoyi-mediakrytyku.html> 2012. 18.05. – Назва з екрану.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. 344 с.
5. Карасик В. И. О типах дискурса [Электрон. ресурс] // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград, 2000. С. 5–20. – Режим доступа: <http://ruslang.isu.ru/education/discipline/philology/disrurs/material/material2/>
6. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 476 с.
7. Назарова Л. В. Аспекты гипертекста и интернет-дискурса // Текст – Дискурс. Гипертекст – Интернет-дискурс: Сб. научных статей. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. С.140-163.
8. Одинцова М. С., Антонова Н. В. Особенности идентичности людей, активно общающихся в сети Интернет // Журнал практического психолога. 2010. № 4. С. 37–58.
9. Плещенко К. Низова блогосфера як засіб індивідуального самовираження // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2013. № 2 (14). С. 97–101.
10. Смола Л. Є. Детермінанти політичного процесу сучасності: теоретико-методологічний аналіз в інформаційно-психологічному вимірі. К. : Вид. дім Дмитра Бурого, 2010. С. 92–93.
11. Gee J. P. Social linguistics and literacies: Ideology in discourses. Critical perspectives on literacy and education. London: Falmer Press, 1990. 203 p.