

РИТУАЛІЗОВАНІ КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ В ДОБУ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ

О. М. Афанасьєва, канд. філол. наук, докторант
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Володимирська, 60, м. Київ, 01033, Україна
E-mail: afanasieva.olga.n@gmail.com

Статтю присвячено огляду та аналізу сучасних потрактувань новітніх процесів комунікації в цифровому середовищі, виокремленню основних параметрів та ознак цих процесів, які зумовлюють їх ритуалізацію. Виділено когнітивні, праксисні, соціокомунікативні та власне комунікативні параметри організації віртуального простору спілкування. Представлено нові ознаки й типи комунікативних структур, інтерактивних моделей, комунікативних акторів, форм і засобів комунікації. Комунікативні практики в добу новітніх технологій розглядаються у взаємодії процесів рутинізації та ритуалізації, які зумовлюють закріплення певних практик та надання їм культурно-символічного виміру. Ритуал розглядається в динамічному аспекті, що визначає можливість його перенесення, трансформації тощо.

Ключові слова: ритуал, комунікація, новітні технології, медіа, мережа, спільнота.

DOI: 10.21272/Ftrk.2018.10(2)-02

Вивчення ритуалізованих форм комунікації є одним із актуальних напрямків полідисциплінарних студій, які об'єднують соціальні, антропологічні, культурологічні науки (Е. Дюркгейм, Б. Малиновський, А. Ван Геннеп, М. Мосс, А. Радкліфф-Браун, У. Робертсон-Сміт, Дж. Фрейзер, К. Леві-Строс, Е. Ліч, Е. Гоффман, В. Тернер, М. Еліаде, В. М. Топоров, Ф. Лардельє, Р. Коллінз, Р. Граймс, Д. Кертцер, С. Мур, Б. Майергоф, А. К. Байбурін та ін.). Водночас, починаючи з праць Е. Гоффмана, Е. Ліча, Дж. Карєя, ритуал розглядається не лише як основоположне культурне явище, а й як засаднича форма суспільної комунікації. Його починають вивчати не лише як релігійну практику, а й світську форму організації спілкування. При цьому зі зміною соціального устрою, цивілізаційних парадигм змінюються і засадничі форми комунікації, у тому числі світські ритуали. До таких кардинальних змін слід віднести зміни у суспільно-політичній організації, зокрема процеси демократизації, а також технічний прогрес, який зумовив поширення нових суспільних медіа, нових засобів комунікації, носіїв інформації, засобів її продукування і поширення. Сучасні дослідники, аналізуючи нові явища культури й особливості сучасної соціальної організації, а також форми і способи комунікативної взаємодії, наголошують на таких тенденціях: 1) деритуалізації певних традиційних соціокультурних практик, що, зокрема, пов'язано з їх десакралізацією та загальними процесами секуляризації життя сучасних суспільств; 2) модифікації існуючих ритуалів; 3) появі нових ритуалів (М. Вебер, П. Бергер, Т. Лукман, Т. Парсонс, Г. Пфауцц, Ф. Хеммонд, Л. Шайнер, Б. Вільсон, Г. Беккер, І. Давидов та ін.).

У цьому плані інтерес дослідників починає привертати вивчення ритуалу в сучасних медіапрактиках, за посередництва новітніх комунікаційних технологій. Нове бачення структури суспільства як медіасуспільства представлено в численних дослідженнях ЗМІ та їх ролі в сучасну добу, працях з медіалогії, починаючи з робіт М. Маклуєна, Н. Лумана, Д. Мак-Квейла, Р. Дебре та ін. Нові медійні та Інтернет комунікації стали об'єктом вивчення у працях таких учених, як Д. Дайян, Е. Кац, М. Коман, Н. Коулдрі, С. Коттл, Дж. Еттерна, Т. Лібз, Е. Ротенбулер, П. Скеннелл, Е. Гудвін, Е. Адамі, А. Стюарт, К. Бекер, К. Берд, Д. Берковіц, П. Бочковські, Д. Буайс, Дж. Бурджес, Дж. Грін, Д. Чейні, К. Кроуфорд, М. Ерліх, Дж. Аткинсон, Дж. Фіске,

© Афанасьєва О. М., 2018

К. Фрай, А. Хепп, Ф. Кротц, Г. Дженкінз, К. Кіч, П. Ленг, К. Матса, Е. Мітчел, Р. Макчесні, М. Петерсон, Ш. Моурз та інших. У такій новітній перспективі сучасне суспільство розглядається як інформаційне (Н. Вінер, Ф. Бретон, програмні засади діяльності ООН), як мережеве (М. Кастель), як кіберсуспільство (С. Джоунз, Дж. Крамаре, М. Фуллер, Г. Дженкінз, Т.Фрідман, Р. Маккінон та ін.), як суспільство спектаклю, перформансу (Г. Дебор, Б. Мейерхоф, Дж. Макалун, Дж. Комптон та ін.), започатковуючи таким чином новий напрям «цифрової антропології» (Х. Хорст, Д. Міллер, Б. Барендрегт, Т. Белсторф, С. Бродбент, Л. ДеНікола, А. Дрейзін, Ф. Гінзбург, Дж. Постіл та ін.), вивчення комп'ютерно медіатизованої комунікації (С. Херрінг, Д. Крістал, С. Савіньйон, В. Ройтмейер) та її прагматичного виміру – кіберпрагматики (С. Херрінг, Д. Стайн, Т. Віртанен, Ф. Іус та ін.), «цифрового дискурсу» (К Турлов, К. Мрочек, С. Херрінг, Л. Сквайрз, А. Леніган, Т. Спіліоті, К. Лі та ін.) тощо. Водночас бракує системних досліджень, спрямованих на вивчення ритуально зумовлених форм організації комунікативного процесу в цих новітніх комунікативних практиках з урахуванням їх комунікативного та лінгвопрагматичного вимірів.

Мега статті – виокремити основні параметри, які визначають соціокомунікативні процеси в сучасному кіберпросторі та встановити головні прагмакомунікативні характеристики ритуалізації новітніх комунікативних практик.

Методами дослідження є контекстуальний аналіз - для опису впливу нового середовища на комунікативні особливості спілкування; комунікативний - за допомогою якого встановлюються нові параметри комунікативної взаємодії, прагматичний - для виокремлення базових настанов ритуалізованих практик.

Наукова новизна дослідження визначається розглядом ритуалізованих комунікативних практик у форматі новітніх технологій.

Об'єкт дослідження – ритуалізовані комунікативні практики в англійській лінгвокультурі.

Предметом дослідження є прагмакомунікативні особливості функціонування ритуалізованих форм комунікації в сучасному кіберпросторі.

Сучасні дослідження ритуалу, показуючи його складну культуротвірну сутність і засадничу роль в організації життєдіяльності будь-якого суспільства, наголошують водночас на комунікативній основі ритуалізованих практик. Так, Дж. Карей, відомий дослідник комунікативних процесів, зокрема у ЗМІ, розглядав комунікацію як двоїстий за своєю сутністю процес, який включає, з одного боку, передачу інформації, а з іншого – соціальний ритуал, наголошуючи на ролі останнього як основоположного в організації суспільства і діяльності індивіда [3]. У свою чергу, Е.Гофман був також одним із перших, хто привернув увагу до комунікативного аспекту ритуальних форм організації суспільного життя, надавши поняттю ритуалу чітко вираженого світського характеру.

Виходячи з аналізу сучасних полідисциплінарних досліджень ритуалу та результатів власного пошуку, ми розглядаємо ритуал як спосіб конструювання та організації:

- знання і пізнавальних процесів;
- різних форм діяльності, суспільних практик;
- суспільних відносин;
- регуляторних принципів соціального життя;
- ідентифікаційних параметрів індивідів і груп;
- часопростору життєдіяльності людини і спільноти;
- комунікативної структури спілкування на різних рівнях;
- культурних засад;
- символічних смислів.

При цьому ритуал розглядається нами як модель конструювання особливих реальностей, основною рисою яких є залучення певних надможливостей, надагентивності в широкому сенсі для комунікування культурно і суспільно значущих

сміслів. Сучасні медіа та Інтернет - середовище надають нові надможливості для творення віртуальних реальностей, нового типу надагентивності, створюючи нові умови для формування, розвитку, трансформацій ритуалізованих комунікативних практик, розширюючи загальний комунікативний простір та надаючи для комунікації нові технічні засоби. На цьому наголошує П. Морвілл у своїй відомій праці «Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become», де він представляє нові технічні можливості розширення власного часопростру, виходу «Я» за межі «тут і зараз» у процесі конструювання віртуальних світів, які ми наводимо в оригіналі як метаопис явища «розширення» особистості, її комунікативних можливостей: «*I'm sitting on a beach in Newport, but I'm not entirely there. My attention is focused on a device that rests in the palm of my hand. It's a Treo 600 smartphone. I'm using it to write this sentence, right here, right now. As a 6.2 ounce computer sporting a 144 megahertz RISC processor, 32 megabytes of RAM, a color display, and a full QWERTY keyboard, this is one impressive micro-machine. But that's not what floats my boat. What I love about this device is its ability to reach out beyond the here and now*» [13, с. 1]. Водночас ці нові надможливості створюють нові проблеми, зокрема особистісного захисту, свободи, безпеки, прийняття рішень, довіри, авторитетності, шляхів пошуку інформації [13, с. 3]. Г. Рейнгольд так описує це явище:

«The first time I saw my daughter use a search engine to research homework, I explained that "in the olden days, you gathered information by going to the library for a book or magazine article. You might disagree with a library book, but you could be somewhat confident that someone checked the author's claims about facts before the book was published. When you get results from a Web search engine and click on a link, you can't be sure that what you get is accurate or inaccurate information, misinformation, or totally bogus."

"Who can tell me which is which?" she asked, getting to the heart of the Internet's challenge to the age-old authority of texts.

"I'm afraid that's now up to the person who uses information they find on the Web, not the people who put information onto it," I answered, much to my daughter's dismay. "You can get fooled into believing all kinds of wrong things if you don't know how to tell the difference between the good and bad stuff..."» [20, с. 77].

Ці новітні можливості й умови комунікації зумовили, з нашого погляду, такі основні ознаки сучасних комунікативних процесів взагалі й ритуалізованих практик зокрема.

1. *Нова архітектура інформації і доступу до неї, нові форми організації знання.* Ритуал як культурно визначальна форма організації суспільних практик та комунікативних процесів завжди містить когнітивні аспекти, а також регулює форми організації знань та доступу до них. Так, Д. Норман вважає, що нові технології змінюють речі, людей, суспільство в цілому, з якими вони взаємодіють. Вони впливають на менталітет, спосіб мислення; технології не є нейтральними, вони домінують [15]. Сучасна інформаційна революція змінила наявні традиційні форми та створила нові, що знайшло своє відображення у процесах їх рутинізації та ритуалізації. Сучасні дослідники новітніх технологій звертають увагу на нову форму організації знань, їх новітню архітектуру в Інтернет-просторі, що організовує і спрямовує інформаційні потоки на засадах доступності, швидкості, особливих форм участі та взаємодії продуцентів і споживачів інформації. П. Морвіл та Л. Розенфельд вважають, що нова інформаційна архітектура включає: 1) структурний дизайн поділюваного інформаційного доквілля; 2) комбінацію організації, маркування, пошуку та навігаційних систем всередині веб-сайтів та інтранету; 3) мистецтво та науку розробки інформаційного продукту та досвід для підтримки його використання та пошуковості; 4) емергентну дисципліну та спільноту практиків, сфокусованих на формуванні принципів дизайну та архітектури в цифровому просторі [14, с. 4]. Учені ілюструють цю нову інформаційну архітектуру, порівнюючи книгу та вебсайт за параметрами компонентного складу, вимірів та обмежень. Якщо книга включає такі компоненти, як

обкладинка, ім'я автора, розділи, підрозділи, сторінки, номери сторінок, зміст, предметний покажчик, то компонентами вебсайту є головна сторінка, панель навігації, посилання, інформаційні сторінки, карта сайту, пошук. Вимірами книги є двовимірні сторінки, представлені в лінійному, секвенційному порядку, а вебсайт є багатовимірним інформаційним простором з гіпертекстовою навігацією. Книга є матеріально-предметною та завершеною з чітким початком та кінцем, а вебсайт досить нематеріальним з нечіткими кордонами, які спрямовують інформацію до інших сайтів. [14, с. 6]. Таким чином зазнають зміни і ритуали читання, які на протязі багатьох століть визначали культурні параметри сучасної цивілізації.

Нові можливості пошуку інформації супроводжуються пошуком нових принципів категоризації та зростанням ролі ключових слів, появою «народної» фольксономії, принципів маркування інформації, параметрів пошуковості, системою навігації, гіперпосилань, гіпертексту [25; 11], а отже, зростанням мета когнітивних, метакомунікативних, метамовних аспектів доступу до інформації, де матеріальність девайсу взаємодіє з віртуальністю його «наповнення». Утворений у такий спосіб індивідуальний, Я-центричний інформаційний світ засновується на процесах рутинізації пошуку. Проте будь-яка рутинізація має тенденцію до ритуалізації в певних умовах. Свого часу Дж. Карей вважав, що читання газети є ритуалом, так само як перегляд телепрограм, а отже активне новітнє «занурення» людини у «Галактику Інтернет» (за висловом М. Кастельса, який дав таку назву одній із своїх праць), створює динамічну структуру пошукових, інтерактивних практик, які стають рутинними і визначають нові поведінкові і комунікативні моделі.

Одним із основних суспільних вимірів організації та поширення знань є медійні новинні практики, ритуальний аспект яких досить активно почав вивчатися сучасними дослідниками. Так, ритуал в медійних практиках розглядався як рутинні практики журналістської діяльності (Г. Тачмен), як повторювані комунікативні моделі для легітимації владних відносин (Ф. Елліот), як посилення суспільних зв'язків (Дж.Карей). Водночас сучасні дослідники медіа почали розглядати ритуал у перспективі подання новинної інформації як культурного явища і символічної комунікації, яку спрямовано на розбудову спільної соціальної реальності, упорядкування, структуризації соціального життя, унормування владних відносин, зняття напруги, тривоги тощо [24, с. 9] (також праці таких учених, як Д. Дайян, Е. Кац, К. Кіч, Е.Ротенбюлер, М. Ерліх, Т. Лібс, М. Блондхайм, Дж. Фіске, П. Скеннел, Н. Коулдрі, А. Хепп, Ф. Кроц, Б. Мейергофф та ін.). Крім того, з погляду Дж.Еттеми, розгляд журналістської практики з погляду міфу і ритуалу дозволяє виявити систему цінностей і смислів, важливих для розуміння культурних засад світобудови, адже журналістика, як і будь-яке вживання мови, є водночас буквальною і образною, заснованою на реальності і міфі [6, с. 131, 144].

Як зазначають Дж. Суміала і М. Тікка, новинні ритуали надають можливості для створення та посилення відчуття тягlosti у сприйнятті спільності й культури в середовищі непевності, надаючи відповідні моделі повідомлень та сприяючи їх передбачуваності і в такий спосіб допомагаючи реструктуризувати хаотичний плин подій [24, с. 9]. При цьому самі медіа стають осередком створення події та її ритуалізації (Е. Кац, Д. Дайян). З погляду К. Бекер, медіа відіграє роль у створенні публічних подій як ритуалів, позначаючи їх як виокремлених із повсякденного життя, створюючи внутрішню структуру ритуалу через упізнавані моделі діяльності, задіяні у виборі та відтворенні особливих аспектів події, конструювання метанаративів [2, с. 629].

У цифровому просторі формуються суспільні медіа, які Д. Троттер і К. Фукс пропонують розглядати, враховуючи три соціо-інформативні процеси, що складають три форми соціальності: когніція, комунікація, співпраця. З цього погляду, індивіди мають когнітивні властивості, які вони використовують для взаємодії з іншими, таким чином створюючи спільні простори інтеракції, які використовуються не лише для комунікації, а й для співтворення нових якостей соціальних систем та побудови

спільнот [26, с. 5]. Іншим аспектом ритуалізації у віртуальному просторі знання є традиції, меморизація та соціокультурні форми їх представлення [9]; при цьому відбувається як перенесення певних ритуалів чи їх компонентів до віртуального простору, так і формування комунікативних ритуалів, позначених віртуальним виміром. Традиційний споживач інформації перетворюється на її продуцента, співавтора, поширюючи «чужу» інформацію, яка видається йому цікавою, значущою, створюючи власний текстовий, відео чи мультимодальний контент та маючи майже необмежені можливості його поширення. Поширювані в Інтернет-просторі новини стають поштовхом до обговорення, доповнення, різноманітних інтерпретацій, коментарів у мережі, створюючи нові ритуалізовані практики інформаційної інтеракції.

2. *Діяльнісні та соціальні практики.* Користування Інтернетом та новітніми технологіями стає особливою суспільно-виробничою практикою, яка прилучається до інших, але водночас стає самостійним видом діяльності. Віртуальний простір створює платформи для надзвичайного багатоманіття видів діяльності, починаючи з таких, вважає М.Кастельс, як дружнє спілкування, чат, до маркетингу, е-комерції, освіти, культурної креативності, медіа, розваг, охорони здоров'я, соціополітичної активності і т.п. [4, с. 16-17]. Соціальні мережі, з погляду дослідника, стали живим простором, який об'єднує всі виміри людського досвіду, що веде до трансформації культури, адже люди обмінюються досвідом з малими емоційними затратами, зберігаючи енергію і зусилля, ко-еволюціонуючи у постійній множинній інтеракції. Зважаючи на те, що люди усе краще почуваються в мультитекстовості та багатовимірності мереж, маркетологи, трудові організації, сервісні агенції, уряд, громадянське суспільство усе більш присутні в Інтернеті, і не лише створюючи власні сайти, а й усе більше включаючись до мереж, створених саме людьми [4, с. 16-18].

Ці процеси супроводжуються *перенесенням ритуалів актуальної комунікації* до віртуального простору, з одного боку, та *трансформаціями цих ритуалів аж до їх зникнення та формування нових* – з іншого. Як зазначає К. Радде-Антвейлер, віртуальні світи надають нове середовище для зустрічей, комунікації та здійснення ритуалів – так званих онлайн ритуалів, незалежно від географічних та реальних умов існування тілесності. Усе більша кількість користувачів застосовує Інтернет для розширення своїх реальних можливостей та переносить реальні види діяльності і, відповідно, ритуали до віртуального простору. Так, наприклад, відбувається *віртуалізація релігійних і світських ритуалів*, які при цьому зазнають відповідних модифікацій [19]. Ці процеси стосуються також нових форм *організаційної культури*, створення нових суспільно-виробничих практик, наприклад коворкінгу. Дослідники наголошують також на ролі соціальних медіа під час катастроф як засобу інформування, суспільної організації [5; 10]. Як зазначає М. Кастельс, люди живуть не у віртуальній реальності, а у реальній віртуальності, адже соціальні практики, пошук спільності, життя в суспільстві полегшуються у віртуальному середовищі [4, с. 18]. Досить швидко рутинізуються і надалі ритуалізуються різні діяльнісні практики в їх віртуальному функціонуванні – електронному листуванні, залученні до обговорення виробничих питань, е-комерції тощо.

3. *Нова структурація соціокомунікативних відносин та відносин влади.* Ці процеси ведуть до суттєвих змін суспільного життя, значних трансформацій соціокомунікативних відносин. Сучасне суспільство стає глобальним мережевим суспільством, тобто суспільством, побудованим навколо особистих та організаційних мереж, які підтримуються цифровими мережами і комунікуються Інтернетом [4, с. 12]. З погляду М. Кастельса, таке суспільство виникає у взаємодії нової технологічної парадигми, заснованої на цифровій революції, та соціокультурних змін. Первинним виміром цих змін є виникнення Я-центричного суспільства, що виникає в результаті процесів індивідуалізації та занепаду спільноти в термінах простору, часу, трудової діяльності, сім'ї та належності в цілому. Так відбувається зсув до реконструкції соціальних відносин, включаючи сильні культурні й особисті зв'язки,

які можна розглядати як нову форму спільноти, створену на основі індивідуальних інтересів, цінностей і цілей. Такий зсув базується на перетвореннях простору (життя в міському середовищі), трудової й економічної діяльності (поява підприємств і виробничих процесів, заснованих на мережевих структурах), культури і комунікації (зсув від масової комунікації, заснованої на ЗМІ, до масової самокомунікації, заснованої на Інтернеті); на кризі патріархальної родини та зрослій автономії її членів; на глобалізації, яка створює селективні мережі локацій та процесів по всій планеті тощо. При цьому основи соціальності реконструюються у мережевий індивідуалізм і спільнотність, яка виникає у пошуку однаково мислячих індивідів, що відбувається у спільному онлайн-овому і оф-лайн-овому процесі інтеракції в кіберпросторі й реальному локальному просторі. Індивідуалізація є, з погляду М. Кастельса, ключовим процесом у формуванні суб'єктів (індивідуальних чи колективних), а створення мереж є організаційною формою, створеною цими суб'єктами; це мережеве суспільство, де формою соціалізації, за визначенням Л.Рейні і Б. Веллмана, є мережевий індивідуалізм [4, с. 12-13].

Ключем до процесу індивідуалізації є конструювання автономності соціальних акторів, які стають суб'єктами цього процесу, що відбувається шляхом визначення ними власних цілей в інтеракції, а не підкорення їх соціальним інституціям. Індивіди можуть увести нову культуру у будь-яку галузь суспільного життя: трудову діяльність (підприємництво), медіа (активна аудиторія), Інтернет (креативний користувач), ринок (інформований і проактивний споживач), освіту (студенти як інформовані, критично мислячі, сприйнятливі до нових можливостей е-навчання й е-педагогіки), охорону здоров'я (пацієнтно орієнтована система менеджменту), е-урядування (інформований, партиципативний громадянин), соціальні рухи (культурні зміни з низового рівня, такі як фемінізм чи охорона довкілля), політику (незалежний громадянин, здатний брати участь у самогенеруючих політичних мережах). Таким чином, спостерігається прямий зв'язок між Інтернетом і зростанням соціальної автономії. Ця автономність має 6 типів, які базуються на цілях індивідів залежно від їх практик: 1) професійний розвиток; 2) комунікативна автономність; 3) підприємництво; 4) тілесна автономія; 5) соціополітична участь; 6) персональна автономія [4, с. 14-15].

Саме використання сучасних гаджетів набуває ознак нового ритуалу. Так, Г. Рейнгольд описує новий тип поведінки студентів на лекції: "By 2005, the year Facebook spread the most universities, the sight of students staring at their laptops rather than looking at their professor had become commonplace in classrooms. Nevertheless the spectacle puzzled me the first time I witnessed it. Were they taking notes? Discussing my lecture? Messaging each other about what to eat for dinner? Watching You-Tube? After six years of observing college students, asking them directly, and even recording their actions with video, I've concluded that the answer is "all of the above" [20, с. 35].

Структурація владно-комунікативних відносин також змінюється у віртуальному просторі. Одним із засадничих аспектів ритуалізованої взаємодії є розбудова і фіксація відношень влади, що позначає прагмакомунікативні особливості відповідних комунікативних процесів. Так, владні інституції все активніше використовують Інтернет простір для комунікації з громадянами. Водночас розвиток нової культури, спричинений новітніми технологіями, став поштовхом, з погляду М. Кастельса, до масової самоорганізації і «самокомунікації». При цьому йдеться про соціалізовану комунікацію, яка існує в публічному просторі, має потенціал охопити все суспільство і є джерелом соціального виробництва смислів. Така цифрова медіакомунікація є одночасно глобальною і місцевою, універсальною і культурно маркованою [4, с. 19]. Таким чином, владні відносини усе більше формуються і вирішуються у комунікативному полі. Новітні технології перетворили масову комунікацію на масову «самокомунікацію», тобто здійснили перехід від повідомлення, надісланого однією особою багатьом до мультимодальних повідомлень, надісланих у певний час та інтерактивним способом багатьма особами багатьом іншим так, що відправники є також отримувачами, а отримувачі відправниками. Усі вони мають доступ до

мультимодального гіпертексту, який є безкінечно змінюваним осердям комунікативного процесу. Усе це змінює соціальні відносини, адже раніше, зауважує М. Кастельс, влада контролювала комунікативні й інформаційні процеси, а поява горизонтальних комунікативних мереж призвела до звільнення від посередників в урядовому і корпоративному контролі над комунікацією. У такий спосіб встановлюється влада мереж: соціальні актори створюють власні мережі, виходячи зі своїх цілей, цінностей та інтересів, що веде до свободи у комунікації і соціальної свободи. Так, на початку 21 ст. багато соціальних рухів у різних частинах світу були сформовані в Інтернет-мережах та за допомогою мобільного зв'язку. [4, с. 20-21]. В Інтернет-мережах виникає нова структура ієрархічних відносин, яка вибудовується, з погляду С. Пру, від користувачів, які перебувають у нижньої частині цієї комунікативної піраміди, до операторів каналів та операторів мереж, які мають право від'єднувати користувачів [18]. Таким чином, до структури комунікативних відношень уводиться техноактор, який набуває особливих владних, регулювально-нормувальних повноважень.

4. Формування спільнот нового типу. Як зазначає М. Пападіакіс, комп'ютерні мережі нерідко розглядаються як ліки проти занепаду спільнот, адже вони надають можливості для росту соціальної активності, участі громадян у суспільних процесах, мають потенціал для звільнення людей від відчуття ізоляції, маргіналізації, стресу, а також для створення власного позитивного образу [16, с. 4]. Проте ці процеси є складними, і говорити в кожному разі про створення мережевої спільноти, а не про тимчасові об'єднання, он-лайн групи, метою яких є обмін інформацією, не можна, адже спільноту характеризують поділювана ідентичність, належність, цінності, підтримка, а також спільні стандарти й норми, які посилюють та забезпечують взаємність у соціальних стосунках [16, с. 4]. Ці зауваження є важливими для нашого дослідження, адже йдеться про те, що віртуальні спільноти мають багато спільних ознак з реальними та їх комунікацією віч-на-віч, але водночас утворюють нові можливості для спілкування й об'єднання. При цьому відбуваються двоспрямовані процеси демократизації, універсалізації та обмеження, елітарного виокремлення [16, с. 5; 1]. Віртуальні спільноти формуються не за географічним принципом, а за інтересами, як це зазначали ще у 1968 р. Дж. Ліклідер і Р. Тейлор [17, с. 46], певному симбіозі людини і машини.

Нерідко віртуальна комунікація намагається максимально наблизитися до реальності, створюючи відчуття місця, простору, уводячи ті чи інші ритуали спілкування. При цьому ритуали є загальноживаним засобом формування спільної культури, наприклад ритуали вітання чи замовлення напоїв у віртуальному барі, ритуали ініціації при вступі до певної Інтернет спільноти тощо [16, с. 21, 29]. Нові спільноти утворюються за ідентичнісними параметрами, спільними інтересами й цінностями, нерідко при цьому долаючи просторові й міжкультурні бар'єри, знімаючи певні протиставлення себе іншим та створюючи нові. Це зумовлює нові форми ритуалізації, адже будь-яка сформована спільнота або та, яка ще формується, потребує закріплення та передачі своїх цінностей, норм і правил, створення та поширення міфів та символічних смислів, семіотичного, поведінкового маркування.

Г. Рейнгольд визначає віртуальну спільноту як соціальну агрегацію, яка виникає в Інтернеті, коли достатня кількість людей достатньо довго бере участь у публічній дискусії з достатнім вираженням почуттів, де люди жартують, аргументують, вступають до інтелектуальних дискусій, ведуть торгівлю, обмінюються знаннями, емоційно підтримують одне одного, будують плани, проводять мозковий штурм, пліткують, ворогують, закохуються, знаходять і втрачають друзів, грають в ігри, фліртують, творять високе мистецтво і займаються пустими балачками [21, с. 3, 5]. Віртуальна і реальна спільноти не виключають одна одну і найчастіше збігаються. Учасники віртуальних спільнот живуть одночасно в рамках фізичної і віртуальної культури. Їх соціальна система включає інших людей, квазілюдей чи делеговані агентивності, які представляють специфічних індивідів, та квзіагентів, які

представляють «розумні» машини, кластери людей, або і тих і інших разом [17, с. 48]. Д.Шулер зауважує, що будь-яка спільнота є системою ключових цінностей, таких як дружнє ставлення і культура, освіта, сильна демократія, здоров'я і благополуччя, економічна рівність, можливості й стабільність, інформація і комунікація [22]. Крім того, спільноти повинні мати власні події, ритуали, історію, ідентичність, характер [23].

У соцмережах виникає новий тип ідентичності – цифрова ідентичність, яку Ф. Жорж розглядає у трьох вимірах: 1) декларативної ідентичності, яка складається з даних, що описують користувача і дозволяють виокремити його в мережевій спільноті, і включає автономні лігатори (аватари, псевдоніми); 2) діяльній ідентичності, яка включає інформацію про міжособистісні зв'язки, «друзів» (спільнотні сайти), «улюблене» (блоги), «колеги» (соціальні мережі), доповнені інструментами візуалізації, колекції відео, текстові файли, фото, зв'язки, магічні предмети і зброю; 3) калькульовану (підраховану) ідентичність, яка дозволяє показати присутність, видимість, авторитетність користувача і складається з кількісних і якісних перемінних, врахованих системою. До якісних належать індекси зв'язків, відвідування сайтів, доступність у чатах, а до кількісних – кількість друзів, балів і т. п. [7, с. 4-5]. Соціальні мережі дозволяють генерувати профілі, які описують користувача, дисплеї зв'язків (списки) тощо [26, с. 6]. Таким чином, користувач, з одного боку, створює власну ідентичність, свій образ, змінюючи його, трансформуючи, маскуючи тощо, а з іншого – його образ об'єктивізується через інтерактивні уподобання. Ці процеси супроводжуються і відповідними змінами у ритуалізованих форматах його спілкування. Користувач набуває широких можливостей саморепрезентації – від анонімності до реальної ідентифікації чи маскування, показує своє життя у різних видах Інтернет-«щоденників», блогів, фото, відео тощо, де відбувається мультимодальна *нарративізація і міфологізація особистості*.

5. *Нові комунікативні відносини і способи комунікації.* Нові технології організують комунікативні процеси як інтерактивні, мультимодальні, асинхронні чи синхронні, глобальні чи локальні потоки від багатьох до багатьох користувачів, від людей до людей, від людей до предметів, від предметів до предметів у світовому павутинні, яке складає *всесвітню інфраструктуру мережевого суспільства* [4, с. 21-22]. Це зумовлює *нові форми участі у соціокомунікативних процесах, зокрема залученість, виникнення альтернативних, партиципативних медіа* [27], створення користувачем *власного контенту* тощо. Так, соціальні медіа визначаються як «усі девайси та платформи, які дозволяють користувачам віртуально створювати та ділитися інформацією один із одним» [8, с. 18]. Вони «засновуються на пірінгових мережах, які є колаборативними, децентралізованими та спільнотно керованими і перетворюють людей зі споживачів контенту на його виробників» [10]. Мережевість, спільнотність і водночас Я-центричність нового комунікативного середовища породжують нові форми й засоби взаємодії, такі як «лайк», дозвіл на постачання інформації чи пропозицій або нове використання існуючих понять – «друзі», «фоловери», підписники тощо. Розвиваються нові типи цифрових дискурсів, їх жанри, такі як коментар, блог, влог, твіт і т.п. Поняття присутності, як одне із засадничих у ритуалізованих формах комунікації, набуває нового віртуально-реального тлумачення. Формуються ритуали участі у створенні і поширенні інформації, наприклад, у влогах у YouTube [24]. При цьому знімаються опозиції між експертним і неекспертним середовищем та формується новий тип *комунікативної поведінки, норм і правил* поведіння в віртуальному просторі (наприклад, нетикет). Таким чином створюється такий тип багатоголосся, який, відштовхуючись від уведених М. Бахтінін та його послідовниками понять діалогізму та поліфонії, можна позначити як динамічну розосереджену «гіперфонію», де вибудовується нова структура агентивності / надагентивності.

Висновки

Сучасний комунікативний простір, форми та методи організації спілкування зазнали суттєвих змін у добу новітніх технологій. Зважаючи на основоположну роль ритуалу в формуванні соціокомунікативних практик, можна зробити висновок про відповідні зміни в ритуалізації нових форм комунікації. Аналіз теоретичних джерел та власні спостереження й аналіз сучасних англомовних ритуалізованих форм комунікації дозволили нам виокремити такі основні параметри трансформації ритуалізованих комунікативних практик в цифровому просторі.

Новітня архітектура інформації і доступу до неї організує і спрямовує інформаційні потоки на засадах доступності, швидкості, особливих форм участі та взаємодії продуцентів і споживачів інформації, нових принципів категоризації інформації, створення динамічної структури пошукових і продуцентних інтерактивних практик, які стають рутинними, ритуалізуються і визначають відповідні поведінкові і комунікативні моделі.

Користування Інтернетом та новітніми технологіями стає особливою суспільно-виробничою практикою, яка включається до інших, але водночас стає самостійним видом діяльності. Віртуальний простір створює платформи для надзвичайного багатоманіття видів діяльності. При цьому відбувається перенесення ритуалів актуальної комунікації, характерних для цих практик, до віртуального простору, з одного боку, та трансформація цих ритуалів аж до їх зникнення та формування нових – з іншого.

У віртуальному просторі по-новому структуруються соціокомунікативні відносини та відносини влади, засновані на процесах індивідуалізації у формуванні мереж, які стають основною організаційною формою нового типу суспільства – мережевого. Комунікативні потоки стають мультиадресатними, Я-центричними, мультимодальними, що змінює відносини влади у бік зменшення чи зняття її контролю над комунікативними й інформаційними процесами, встановлення влади мереж, виникнення нової структура ієрархічних відносин комунікації, включаючи техноактора, який набуває особливих владних, регульовально-внормувальних повноважень.

Формуються соціокомунікативні угруповання нового типу: 1) он-лайніві групи, метою яких є обмін інформацією; 2) мережеві спільноти, які характеризуються спільною належністю, цінностями, стандартами й нормами, а також ритуалами, які є засобом формування спільної ідентичності, закріплення та передачі цінностей, норм і правил, створення, поширення міфів та символічних смислів, семіотичного, поведінкового маркування. При цьому у соцмережах виникає новий тип ідентичності – цифрова ідентичність. Користувач, з одного боку, створює власний образ, змінюючи його, маскуючи тощо, а з іншого – його образ об'єктивізується через інтерактивні уподобання, що супроводжується відповідними змінами у ритуалізованих форматах його спілкування.

Нові технології організують комунікативні процеси як інтерактивні, мультимодальні, асинхронні чи синхронні, глобальні чи локальні потоки, що зумовлює нові форми участі у них, зокрема залученість, партиципативність та їх ритуалізацію тощо. Виникають нові форми і засоби взаємодії, такі як «лайк», дозвіл на постачання інформації чи пропозицій, розвиваються нові типи цифрових дискурсів, їх жанри, такі як коментар, блог, влог, твіт, переосмислюються поняття «друзі», «фолловери», «підписники», виникають нові форми віртуально-реальної присутності, формується новий тип комунікативної поведінки, норм і правил поведінки в віртуальному просторі. Таким чином створюється динамічна розосереджена «гіперфонія», вибудовується нова структура агентивності.

РИТУАЛИЗОВАННЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ В ЭПОХУ НОВЕЙШИХ ТЕХНОЛОГИЙ

О. Н. Афанасьева, канд. филол. наук, докторант
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко,
ул. Владимирская, 60, г. Киев, 01033, Украина,
E-mail: afanasieva.olga.n@gmail.com

Статья посвящена обзору и анализу современных интерпретаций новейших процессов коммуникации в цифровой среде и выделению основных параметров и признаков этих процессов, определяющих их ритуализацию. Выделены когнитивные, практические, социокоммуникативные и собственно коммуникативные параметры организации виртуального пространства общения. Представлены новые признаки и типы коммуникативных структур, интерактивных моделей, коммуникативных актеров, форм и средств коммуникации. Коммуникативные практики в эпоху новейших технологий рассматриваются во взаимодействии процессов рутинизации и ритуализации, которые ведут к закреплению некоторых практик и придают им культурно-символическое измерение. Ритуал рассматривается в динамическом аспекте, что определяет возможности его перенесения, трансформаций и т.п..

Ключевые слова: ритуал, коммуникация, новейшие технологии, медиа, сеть, сообщество

RITUALIZED COMMUNICATIVE PRACTICES IN THE AGE OF NEW TECHNOLOGIES

O. M. Afanasieva, PhD, Postdoctoral Student
Taras Shevchenko Kyiv National University
60, Volodymyrska St., Kyiv, 01033, Ukraine
E-mail: afanasieva.olga.n@gmail.com

The article is devoted to the review and analysis of modern interpretations of the newest communication processes in the digital environment and identification of the main parameters and attributes of these processes which determine their ritualization. Cognitive, praxis, sociocommunicative and strictly communicative parameters of the organization of the virtual communication space are singled out. New signs and types of communicative structures, interactive models, communicative actors, forms and means of communication are presented. Communicative practices in the era of new technologies are considered in view of the interaction of the processes of routinization and ritualization, which lead to the consolidation of certain practices and attribute them a cultural and symbolic dimension. The ritual is considered in a dynamic aspect, which determines the possibilities of its transfer, transformations, etc.

Key words: ritual, communication, new technologies, media, network, community.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : Высш. шк. экономики, 2000. – 606 с. – URL : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.
2. Becker K. Media and the ritual process / K. Becker // Media, Culture & Society. – 1995. – Vol. 17. – P. 629-646.
3. Carey J. W. Communication as culture. Essays on Media and Society / J. W. Carey. – N.Y., L. : Rutledge, 2009. – XXVII, 206 p.
4. Castells M. The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective / M. Castells. – 2014. – URL : <https://www.technologyreview.com/s/530566/the-impact-of-the-internet-on-society-a-global-perspective>.
5. Dufty N. A Review of the Value of Social Media in Countrywide Disaster Risk Reduction Public Awareness Strategies: Input Paper Prepared for the Global Assessment Report on Disaster Risk Reduction 2015 March 2014 / N. Dufty. – URL : https://works.bepress.com/neil_dufty/34/download.
6. Ettema J. S. Crafting cultural resonance. Imaginative power in everyday journalism / J. S. Ettema // Journalism. – 2005. – Vol. 6 (2). – P. 131-152.
7. Georges F. Les composantes de l'identité dans le web 2.0, une étude sémiotique et statistique. Hypostase de l'immédiateté: Communication au 76ème congrès de l'ACFAS: Web participatif: mutation de la communication? / F. Georges. – Québec, 2008. – URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00332770v2>.
8. Gupta R. Using Social Media for Global Security / R. Gupta and H. Brooks. – Indianapolis, IN : John Wiley & Sons Inc., 2013. – 456 p.
9. Haverinen A. Facebook, Ritual and Community – Memorialising in Social Media // A. Haverinen. – Ethnologia Fennica. – 2015. – Vol. 42. – P.7-22. – URL : <https://doi.org/10.23991/ef.v42i0.59284>.
10. Keim M. E. Emergent use of social media: A new age of opportunity for disaster resilience / M. E. Keim, E. Noji // American journal of disaster medicine. – 2011. – Vol. 6 (1). – P. 47-54.
11. Lasić-Lazić J. Tag-Resource-User: A Review of Approaches in Studying Folksonomies // J. Lasić-Lazić, S. Špiranec and T. Ivanjko // Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML). – 2014. –Vol. 3. – P. 683-692.
12. Miczek N. Online ritual in virtual worlds. Christian online services between dynamics and stability / N. Miczek // Heidelberg Journal of Religions on the Internet. – 2008. – Vol. 3.1. – P. 144-173.

13. Morville P. *Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become* / P. Morville. – Sebastopol : O'Reilly Media, 2005. – XIV, 208 p.
14. Morville P. *Information Architecture for the World Wide Web* / P. Morville and L. Rosenfeld. – Sebastopol: O'Reilly Media, 2007. – XIX, 504 c.
15. Norman D. A. *Things That Make Us Smart: Defending Human Attributes In The Age Of The Machine* / D. A. Norman. – Reading, MA : Addison-Wesley, 1993. – 304 p.
16. Papadakis M. C. *Computer-Mediated Communities: The Implications of Information, Communication, and Computational Technologies for Creating Community Online: Final Report* / M. C. Papadakis. – SRI International, 2003. – X, 57 p. – URL : <http://www.sri.com/policy/csted/reports/sandt/it>.
17. Proulx S. Mapping the Virtual in Social Sciences: On the Category of "Virtual Community" / S. Proulx, G. Latzko-Toth // *The Journal of Community Informatics*. – 2005. – Vol. 2, Issue 1. – P. 42–52.
18. Proulx S. Communautés virtuelles: ce qui fait lien // In: S. Proulx, L. Poissant, M. Sénécal (éds.). *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*. – Presses de l'Université Laval, 2006. – P. 13–26.
19. Radde-Antweiler K. Cyber-rituals in Virtual Worlds: Wedding Online in Second Life / K. Radde-Antweiler. – Masaryk University Journal of Law and Technology. – 2007. – Vol. 1, No. 2. – URL : <http://www.digitallislam.eu/article.do?articleId=1702>.
20. Rheingold H. *Net Smart: How to Thrive Online* / H. Rheingold. – Cambridge, MA; London : MIT Press, 2012. – 336 p.
21. Rheingold H. *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier* / H. Rheingold. – Reading, MA : Addison-Wesley, 2000. – 447 p.
22. Schuler D. Community networks and the evolution of civic intelligence / D. Schuler // *AI & Society*. – 2010. – Vol. 25, Issue 3. – P. 291–307. – URL : <http://www.publicsphereproject.org/papers/civic-int-cn-preprint-final.pdf>.
23. Schuler D. *New community networks: wired for change* / D. Schuler. – Harlow : Addison-Wesley, 1996. – XV, 528 p. – Режим доступа : <http://publicsphereproject.org/ncn>.
24. Sumiala J. News rituals of participation: Negotiating temporalities, categories, and hierarchies of news-making on YouTube / J. Sumiala, M. Tikka // *Anthropological Notebooks*. – 2015. – Vol. 21 (3). P. 5–20.
25. Trant J. Studying social tagging and folksonomy: a review and framework / J. Trant // *Journal of Digital Information*. – 2008. – Vol. 10, No. 1. – URL : <http://journals.tdl.org/jodi/index.php/jodi/article/view/269>
26. Trottier D. *Theorising Social Media, Politics and the State. An Introduction* / D. Trottier and Ch. Fuchs // In: Trottier D., Fuchs Ch. (eds.). *Social media, politics and the state. Protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube*. New York: Routledge, 2014. – C. 3-38
27. Vatikiotis P. *Communication Theory and Alternative Media* / P. Vatikiotis // *Westminster Papers in Communication and Culture*. – 2005. – Vol. 2 (1). P. 4-29.

REFERENCES

1. Castells, M. (2000). *Informacionnaya ehpoza: ehkonomika, obshchestvo i kul'tura* [Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow: Vysshaya shkola ekonomiki. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index
2. Becker, K. (1995). Media and the ritual process. *Media, Culture & Society*, 17, 629-646.
3. Carey, J. W. (2009). *Communication as culture. Essays on Media and Society*. N.Y., L.: Rutledge, XXVII.
4. Castells, M. (2014). *The Impact of the Internet on Society: A Global Perspective*. URL: <https://www.technologyreview.com/s/530566/the-impact-of-the-internet-on-society-a-global-perspective/>
5. Dufty, N. A. (2015). *Review of the Value of Social Media in Countrywide Disaster Risk Reduction Public Awareness Strategies*. Input Paper Prepared for the Global Assessment Report on Disaster Risk Reduction 2015 March 2014. - URL: https://works.bepress.com/neil_dufty/34/download/
6. Ettema, J. S. (2005). Crafting cultural resonance. Imaginative power in everyday journalism. *Journalism*, 6 (2), 131–152.
7. Georges, F. (2008). Les composantes de l'identité dans le web 2.0, une étude sémiotique et statistique. Hypostase de l'immédiateté. Communication au 76ème congrès de l'ACFAS: Web participatif: mutation de la communication ? Québec. URL: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00332770v2>
8. Gupta, R. (2013). *Using Social Media for Global Security*. Indianapolis, IN: John Wiley & Sons.
9. Haverinen, A. (2015). Facebook, Ritual and Community – Memorialising in Social Media. *Ethnologia Fennica*, 42, 7-22. URL: <https://doi.org/10.23991/ef.v42i0.59284>
10. Keim, M. E. & Noji, E. (2011). Emergent use of social media: A new age of opportunity for disaster resilience. *American journal of disaster medicine*, 6(1), 47–54.
11. Lasić-Lazić, J., Špiranec, S., & Ivanjko, T. (2014). Tag-Resource-User: A Review of Approaches in Studying Folksonomies. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)*, 3, 683–692.
12. Miczek, N. (2008). Online ritual in virtual worlds. Christian online services between dynamics and stability. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 3.1, 144-173.
13. Morville, P. (2005). *Ambient Findability: What We Find Changes Who We Become*. Sebastopol: O'Reilly Media, XIV.
14. Morville, P. & Rosenfeld, L. (2007). *Information Architecture for the World Wide Web*. Sebastopol: O'Reilly Media, XIX.

15. Norman, D. A. (1993). *Things That Make Us Smart: Defending Human Attributes in The Age of The Machine*. Reading, MA: Addison-Wesley.
16. Papadakis, M. C. (2003). *Computer-Mediated Communities: The Implications of Information, Communication, and Computational Technologies for Creating Community Online: Final Report*. SRI International, X. URL: <http://www.sri.com/policy/csted/reports/sand/it>
17. Proulx, S., & Latzko-Toth, G. (2005). Mapping the Virtual in Social Sciences: On the Category of "Virtual Community". *The Journal of Community Informatics*, 2 (1), 42-52.
18. Proulx, S. (2006). *Communautés virtuelles: Ce qui fait lien*. In S. Proulx, L. Poissant, M. Sénécal (Eds.). *Communautés virtuelles: penser et agir en réseau* (pp. 13-26). Presses de l'Université Laval.
19. Radde-Antweiler, K. (2007). Cyber-rituals in Virtual Worlds: Wedding Online in Second Life. *Masaryk University Journal of Law and Technology*, 1(2). URL: <http://www.digitallislam.eu/article.do?articleId=1702>
20. Rheingold, H. (2012). *Net Smart: How to Thrive Online*. Cambridge, MA; London: MIT Press.
21. Rheingold, H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.
22. Schuler, D. (2010). Community networks and the evolution of civic intelligence. *AI & Society*, 1,25 (3), 291–307. URL: <http://www.publicsphereproject.org/papers/civic-int-cn-preprint-final.pdf>
23. Schuler, D. (1996). *New community networks: wired for change*. Harlow: Addison-Wesley, XV. URL: <http://publicsphereproject.org/ncn/>
24. Sumiala, J. & Tikka, M. (2015). News rituals of participation: Negotiating temporalities, categories, and hierarchies of news-making on YouTube. *Anthropological Notebooks*, 21 (3), 5–20.
25. Trant, J. (2008). Studying social tagging and folksonomy: a review and framework. *Journal of Digital Information*, 10 (1). URL: <http://journals.tdl.org/jodi/index.php/jodi/article/view/269>
26. Trottier, D. & Fuchs, Ch. (2014). Theorising Social Media, Politics and the State. An Introduction. *Trottier D., Fuchs Ch. (eds.). Social media, politics and the state. Protests, revolutions, riots, crime and policing in the age of Facebook, Twitter and YouTube* (pp.3–38). New York: Routledge.
27. Vatikiotis, P. (2005). Communication Theory and Alternative Media. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 2 (1), 4–29.

Надійшла до редакції 16 травня 2018 р.