

УДК 316.77:004.738.5

DOI: 10.12958/2227-2844-2020-2(333)-2-208-216

**Черниш Олег Олександрович,**

аспірант кафедри соціальної педагогіки ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Старобільськ, Україна.

chernyscholeg1995@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4429-2020>

### **АВТОКОМУНІКАЦІЯ У БЛОГОСФЕРІ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ**

Останнім часом спостерігається активний розвиток мережі Інтернет та її ресурсів. Кількість активних інтернет-користувачів збільшується з кожним роком. Так, за даними Інтернет-асоціації України, у 2019 році всесвітньою мережею регулярно користувалися 22,96 млн українців. І це на 8% більше ніж у 2018 році. При цьому переважна більшість користувачів – українці у віці від 25 до 44 років.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій зумовлює зростання популярності інтернет-журналістики. Так, поява нових жанрів у сучасній інтернет-журналістиці зумовлює розмитість та рухливість означень меж жанрових ознак. Тому сьогодні спостерігається велика кількість перетворень у комунікативному просторі інтернету, унаслідок чого інтернет-жанри народжуються, формуються, змінюються та зникають набагато швидше. Це пов'язано, у першу чергу, з постійним та стрімким розвитком інтернет-технологій.

Історично традиційні ЗМІ посідали чільне місце в інформаційній сфері. Але останнім часом ситуація кардинально змінюється, і блоги та блогери в короткий термін виявили свій великий потенціал та пріоритет.

Блоги і традиційні ЗМІ сьогодні змушені існувати в одному інформаційному полі і в майбутньому будуть мати змогу більш плідної взаємодії, взаємодоповнень та взаємовпливів з метою удосконалення інформаційної сфери.

Наразі блог викликає все більшу увагу з боку науковців. Зокрема заслуговує на окремий розгляд питання соціалізації особистості у блогосфері.

Аналізу та вивченню блогів сьогодні присвячена велика кількість досліджень із різних галузей знань. Фахівці у сфері програмування та комп'ютерної лінгвістики (Du H. S. Weblog, 2006) досліджують структуру та принципи роботи блогів; особистість блогера та особливості його поведінки є предметом дослідження психологів (Dennen V. P, 2014); освітяни вивчають навчальний потенціал блогів (Thomas M., 2009); дослідження фахівців у сфері маркетингу – рекламна функція блогів, блог як вид віртуального дискурсу, комунікативні ролі блогера,

коментатора та читача, типи та функції блогів є предметом досліджень багатьох мовознавців і журналістів тощо.

Дослідження І. Артамонова присвячені аналізу блог-записів як жанру інтернет-комунікації. О. Горошко у своїх наукових працях досліджує політичний блогінг у глобальній та локальній перспективах. Наукові розвідки К. Плещенко присвячені дослідженню блогосфери як засобу індивідуального самовираження.

У працях науковців, зокрема, було обґрунтовано природу блогу як періодично оновлюваної веб-сторінки з датованими записами й коментарями, розміщеними у зворотному хронологічному порядку, автор якої постійно самостійно публікує матеріали на актуальну для нього тематику; та блогосфери як сукупності усіх блогів у мережі Інтернет і зв'язків між ними, сформованої авторами й коментаторами, що функціонує як комунікативний простір.

Поряд з тим маловивченим залишається поняття блогосфери як чинника соціалізації особистості, яке потребує подальшого теоретичного обґрунтування.

Тому метою статті став аналіз поняття автокомунікації у блогосфері як чинника соціалізації особистості.

Методи дослідження – аналіз і синтез для дослідження поняття «автокомунікація» у блогосфері.

Поняття «блогосфера» можна трактувати у значенні соціальної мережі, сформованої користувачами блогів, які читають, коментують опубліковане, створюють гіперактивні посилання один на одного; як тісної пов'язаності між собою блогерів, що приводить до створення нової субкультури (Лучинкіна, 2011).

Ми повністю підтримуємо думку Ю. Половинчак та К. Плещенко про те, що особисті інтернет-сторінки лише частково співвідносяться з мемуарною інформацією. Блог в індивідуально-авторському аспекті періодично переймає від щоденника афористичність, непослідовність, надмірну абстрагованість думок (коли фактографічну дійсність складно відокремити від ліричного осмислення), переважання побутових деталей, документальну та публіцистичну відкритість. Водночас принципова відмінність блогів від мемуаристики полягає в тому, що перші в більшості своїй розраховані на масового читача та зовнішнє коментування (Плещенко, 2013).

З. Папачаріссі (Z. Papacharissi) у праці *Audiences as Media Producers: Content Analysis of 260 Blogs (2004)* доходить висновку, що блоги є новою, персоніфікованою формою використання Інтернету; своєрідним компромісом між індивідуальною та публічною сферою роботи з інформацією. Саме тому сучасні блоги можна розглядати як систему комунікацій виробника інформації та її реципієнтів в інтернет-просторі.

Низка науковців, зокрема С. Ваттерс, О. Горошко та М. Шеферд відносять блоги до розряду дигітальних жанрів, тобто жанрів віртуального простору мережі інтернет, а саме жанру персональної

сторінки, якому притаманні певні основні функції: комунікативна та інформативна.

Також можна виокремити низку інших функцій, які притаманні блогам: кореляція дій певних читачів, спостереження за навколишнім середовищем, самоаналіз автора, заміник контактів.

Сьогодні блоги займають проміжну позицію між стандартними HTML-сторінками та асинхронною комп'ютерно-опосередкованою комунікацією, тобто форумами. Поступово відбувається зближення цих жанрів мережі та стирання між ними межі.

Для будь-якого блогу обов'язковими є наступні елементи: профіль користувача, стрічка записів, сторінка окремого блогового запису, стрічка друзів.

Науковці виокремлюють велику кількість блогів. Однак їх уніфікація дещо ускладнена, що пов'язано з залежністю від багатьох чинників та критеріїв. До того ж блоги мають вільну структуру та спираються на індивідуальні вподобання інтернет-користувачів.

Так, С. Кришнамурті запропонував класифікацію блогів відповідно до опозицій особисто-тематичне та індивідуально-суспільне у змісті записів, виділивши інтернет-щоденники, групи підтримки, розширені авторські колонки та спільне створення контенту.

У нашому дослідженні ми будемо спиратися й на думку лінгвістів, які виділяють кілька типів блогів, зауважуючи на можливості їх асиміляції в межах одного блогу: журналістські, бізнесові, освітні блоги, щоденники, нотатники, фільтри.

Переважає більшість українських блогів, за винятком спамблогів, поєднує кілька типів блогів одночасно. Також варто відзначити, що переважна більшість українських блогів не мають чітко окресленої тематики кожного окремого блогу, на відміну від західних блогів.

Р. Блад відзначає, що основним чинником, що впливає на вибір користувачем того чи іншого типу блогу в якості основного є технологічний принцип. Зокрема, тип програмного забезпечення для створення записів. Поштовхом для ведення Інтернет-щоденника, на думку ученої, стає також нестача уваги з боку зовнішнього світу.

Поряд з цим особливої уваги заслуговує автокомунікація в блогосфері.

Автокомунікація (грец. *autos* – сам і лат. *communicatio* – зв'язок) – тип передавання повідомлення у напрямі «Я – Я», в якому суб'єкт та об'єкт передавання інформації збігаються.

Автокомунікація протистоїть поширеному типу комунікації «Я – Він», за якого припускається, що до початку акту комунікації певне повідомлення відоме «мені» та не відоме «йому». Ситуація, коли суб'єкт передає повідомлення самому собі, тобто тому, кому воно й так вже відоме, видається парадоксальною. Тому у зв'язці «Я – Я» друге «Я», яке приймає інформацію, функціонально прирівнюється до третьої особи.

Різниця полягає у тому, що в системі «Я – Він» інформація переміщується у просторі, а в системі «Я – Я» – у часі.

За автокомунікації передавання інформації вже не відіграє мнемонічної ролі, а стає фактом психології та культури. Автокомунікація відбувається, коли ранг повідомлення підвищується, наприклад, людина звертається до самої себе через щоденникові записи, зроблені не для запам'ятовування певних подій, а для з'ясування власного внутрішнього стану. Такий акт автокомунікації є складовою самосвідомості та культури.

Найбільш характерним для блогу є спілкування одного з усіма (автор відповідає на коментарі до власного запису) і кожного з кожним (користувачі спілкуються у коментарях до певного запису). Автор блогу, як і його читачі, теж є авторами і можуть виступати анонімно або вказувати дані про себе, діяти в якості приватної особи або від імені організації чи колективу. Тому основним засобом для ідентифікації користувача є його нікнейм.

Кількість учасників комунікації може бути гранично широким: запис у блозі може прочитати будь-який користувач мережі. Але в реалії навколо кожного блогу формується більш-менш широке коло зацікавлених читачів.

Аналізуючи поняття соціалізації особистості крізь призму блогосфери, дослідники наводять поняття «віртуальна соціалізація» та «інтернет-соціалізація» (А. Чистяков, В. Циба). Так, незважаючи на широту поняття, вчені звужують межі віртуального простору взагалі до віртуального простору Інтернету як простору, створеного машинами. Наприклад, А. Чистяков під віртуальною соціалізацією розуміє процес входження (інтеграцію) користувача в соціокультурне середовище за допомогою освоєння технологій комунікації, інформаційної культури, соціальної навігації, інформаційної грамотності, а також соціальних норм, цінностей і рольових вимог (Борисенко, 2018).

У дослідженнях Л. Ратунової під віртуальною соціалізацією розуміється формування певного образу людини в інтернет-просторі. Як простір первинної соціалізації особистості Л. Ратунова визначає «відкриті майданчики» – соціальні мережі, блоги та інші інтернет-проекти. Дослідниця вказує на втрату інтересу до вивчення такої форми соціалізації й акцентує увагу на інтелектуальних співтовариствах – «інтелектуальних сектах», які трансформують інформацію у знання (Ратунова, 2010).

Індикаторами соціалізації у блогосфері постають рівні електронної грамотності й інформаційної культури індивіда. У своїх працях А. Чистяков зазначає, що у кіберпросторі, зокрема й блогосфері, люди взаємодіють не тільки між собою, але й з програмними артефактами, що відрізняє віртуальну систему взаємодій від реальної.

Стосовно механізмів, що ініціюють процес соціалізації у блогосфері, то серед науковців існує кілька точок зору. Звертаючись до

праць В. Москаленка, можна розділити всі наявні механізми соціалізації на три групи: неусвідомлювані (навіювання, наслідування, ідентифікація); усвідомлювані (референтна група, авторитет, популярність); окрема група механізмів, зокрема, заохочення, покарання (Москаленко, 2007).

Основні механізми соціалізації особистості у реальному середовищі, зокрема, копіювання, ідентифікація, наслідування, соціальна фасілітація, конформність лише частково можуть пояснити перебіг процесу соціалізації в інтернет-середовищі та блогосфері.

Зазначених механізмів може бути недостатньо для ініціювання процесу інтернет-соціалізації, оскільки інтернет-соціалізація частіше відбувається за рахунок активності самої особистості.

Передовсім мова йде про механізм самовираження, який може бути віднесений до групи неусвідомлених механізмів. Самовираження має біологічну природу, у його основі лежить статева потреба. Механізм самовираження сприяє у духовній сфері породженню естетичних потреб: прагнення до краси, гармонії, симетрії, порядку. Критерієм краси і гармонії є оцінка навколишніх, тому головною ознакою потреб у самовираженні виступає прагнення подібатися іншим, отримувати їхню високу оцінку.

Для аналізу проблеми самовираження К. Абульханова пропонує таку індикацію активності: неадекватність, своєчасність або несвоєчасність. Одиницями для визначення типів активності вчена визначає стійкість – нестійкість, впевненість – невпевненість, вираженість – невираженість.

Згідно з ціннісно-часовою логікою особистості, виокремлює чотири типи регуляції її життя. Розглянемо кожен із них стосовно інтернет-середовища, тобто інтернет-активність.

1. Стихійно-буденний тип регуляції часу життя. Особистість з таким типом регуляції життя характеризується ситуативністю поведінки, плинністю життя, відсутністю особистісної ініціативи, перебуває у залежності від подій і обставин життя, не встигає за часом, не може організувати послідовність подій, програмувати наступ, запобігти здійсненню. Стосовно інтернет-середовища цей тип регуляції життя притаманний звичайним користувачам, які відвідують Інтернет ситуативно. Їхня поведінка характеризується втратою мети відвідування: зайшов до Інтернету за пошуком інформації для реферату, побачив новинні банери – почав мандрувати новинами, потім іншими місцями, втрачаючи час і початкову мету.

2. Функціонально-дієвий тип регуляції часу життя. Користувачі такого типу активні, організують перебіг подій, спрямовують їх хід, домагаючись ефективності. Однак ініціатива охоплює тільки період перебігу подій, але не їх об'єктивні чи суб'єктивні наслідки. Відсутня відповідальність як пролонгована регуляція активності. Особистість співвідноситься з часом події, а не тимчасовою логікою розвитку

зовнішніх і внутрішніх тенденцій. До таких користувачів можуть бути віднесені науковці, які користуються пошуковими сайтами, гравці РПГ, спілкувачі соціальних мереж.

3. Споглядальне ставлення до часу життя. Користувачі зазначеного типу не проявляють ініціативи, як слід, мало користуються можливостями Інтернету. Найбільша активність проявляється у вигляді навішування інформації, яка сподобалася на сторінки інших користувачів та надання посилань. Загалом активність таких користувачів низька, так само як і відповідальність за свої вчинки. Проявляється у пасивній регуляції, відсутності ініціативи і відповідальності. Для такого типу особистості характерне сприйняття складності і суперечливості життя. Але заглибленість і тонкість розуміння пролонгованих тенденцій заважає знайти адекватний час і місце для прояву власної активності.

4. Творчо-перетворювальний тип регуляції часу життя. Такий тип життя притаманний хакерам, творцям РКГ (рольової користувацької гри), творчим особистостям. Особистість такого типу характеризується оптимальним поєднанням глибокого проникнення у суспільні тенденції, тривалою життєвою перспективою, чіткою життєвою концепцією і позицією, яка послідовно реалізується. Тут має місце оволодіння особистістю часом життя, його свідомо практична творча регуляція (Абульханова, 1993).

А. Лучинкіна виділяє ще і п'ятий тип регуляції життя саме в інтернет-середовищі – соціально- і особистісно-конструювальний. До зазначеного типу належать особистості, які в інтернетсередовищі проживають не одне, а кілька життів, за рахунок конструювання нових віртуальних ідентичностей та їхнього соціального простору. Основна характеристика зазначеного типу регуляції життя – віртуальність. Особистість зазначеного типу може одночасно конструювати декілька ідентичностей з різними стратегіями поведінки, життєвими перспективами, гендерною, політичною або іншою приналежністю. Треба визначити, що для конструювання і подальшого активного існування створеної віртуальної ідентичності вже недостатньо однієї життєвої стратегії. Саме тому однією з характеристик особистості цього типу є переключеність і здатність утримувати одночасно у свідомості декілька стратегій поведінки (Лучинкіна, 2011).

У реальному просторі результатом соціалізації виступає особистість як соціальна якість індивіда. Проявами цієї якості є дії, вчинки, інтелектуальні, емоційні і вольові психологічні властивості людини. Проте позитивний або негативний знак зазначених дій визначається характером включеності, особистісною активністю. У віртуальному просторі Інтернету основний акцент перекладається на особистісну активність, а саме на суб'єктно-активну складову механізму включеності. Отже, особистість не тільки проявляє власну активність до приєднання до норм інтернет-тусовки, а й сама вибирає, змінює, створює норми, тусовки (Борисенко, 2017).

Отже, розглядаючи автокомунікацію як чинник соціалізації особистості, особливого значення набуває особистісна активність як внутрішній суб'єктивний фактор соціалізації. Можна зробити висновок, що у блогосфері особистість проявляє власну активність у ставленні до справи, вчинку за допомогою механізму самовираження. Цей механізм присутній і в реальному просторі, проте в інтернет-середовищі він набуває найбільшої актуальності і стає провідним. У реальному просторі особистість не вибирає родину, шкільний клас, неформальне об'єднання. Усе це дається як об'єктивна реальність і забезпечує зміст соціалізації. Проте групу для спілкування, діяльності в інтернет-просторі та блогосфері особистість вже може вибрати самостійно. Користувач презентує себе в інтернет-просторі, встановлює свої зв'язки з віртуальним середовищем, обирає напрями діяльності у ньому, створює свою історію, обирає ім'я. Ми поділяємо думку З. Борисенко, яка вважає, що входження до соціального середовища Інтернету відбувається завдяки механізму включеності, зокрема його суб'єктивної складової, яка реалізується в активному залученні особистості до Інтернету.

Подальшого дослідження потребує проблема зміни світогляду особистості у ході інтернет-соціалізації.

#### **Список використаної літератури**

- 1. Абульханова К. А.** О путях построения типологии личности. *Психологический журнал*. М., 1993. Том 4. № 1. С. 14–29.
- 2. Борисенко З.** Сутність та механізми інтернет-соціалізації особистості. *Проблеми гуманітарних наук. Серія «Психологія»*. 2017. № 41. С. 4–17.
- 3. Лучинкіна А. І.** Психологічні аспекти віртуальної соціалізації. *Проблеми сучасної психології: збірник наукових праць Кам'янець-Подільського університету ім. І. Огієнка*. 2011. Вип. 14. С. 445–455.
- 4. Москаленко В. В.** Психологія соціального впливу: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 448 с.
- 5. Плещенко К.** Низова блогосфера як засіб індивідуального самовираження. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2013. № 2 (14). С. 97–101.
- 6. Amir Z.** Blogs in language learning: Maximizing students' collaborative writing / Z. Amir, K. Ismail, S. Hussin. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2011. Issue 18. P. 537–543.
- 7. Dennen V. P.** Becoming a blogger: Trajectories, norms, and activities in a community of practice. *Computers in Human Behavior*. 2014. Issue 36. P. 350–358.
- 8. Thomas M.** Handbook of research on Web 2. 0 and second language learning. Hershey: IGI Global, 2009. 636 p.

#### **References**

- 1. Abulkhanova, K. A.** (1993). O putiakh postroenyia typolohyy lychnosti [On the ways of building a personality typology]. *Psykhologhycheskyi zhurnal*, 4, 1, 14-29 [in Ukrainian].
- 2. Borysenko, Z.** (2017). Sutnist ta mekhanizmy internet-sotsializatsii osobystosti [The essence

and mechanisms of Internet socialization of the individual]. *Problemy humanitarnykh nauk. Seriya «Psykhologhiia»*, 41, 4-17 [in Ukrainian].

**3. Luchynkina, A. I.** (2011). Psykhologhichni aspekty virtualnoi sotsializatsii [Psychological aspects of virtual socialization]. *Problemy suchasnoi psykhologhii: zbirnyk naukovykh prats Kam'ianets-Podilskoho universytetu im. I. Ohienka*, 14, 445-455 [in Ukrainian].

**4. Moskalenko, V. V.** (2007). Psykhologhiia sotsialnoho vplyvu [Psychology of social influence]. K.: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].

**5. Pleshchenko, K.** (2013). Nyzova blohosfera yak zasib individualnoho samovyrazhennia [The grassroots blogosphere as a means of individual self-expression]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 2 (14), 97-101 [in Ukrainian].

**6. Amir, Z.** (2011). Blogs in language learning: Maximizing students' collaborative writing / Z. Amir, K. Ismail, S. Hussin. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 18, 537-543.

**7. Dennen, V. P.** (2014). Becoming a blogger: Trajectories, norms, and activities in a community of practice. *Computers in Human Behavior*, 36, 350-358.

**8. Thomas, M.** (2009). Handbook of research on Web 2.0 and second language learning. Hershey: IGI Global.

#### **Черниш О. О. Автокомунікація у блогосфері як чинник соціалізації особистості**

У статті розкрито особливості соціалізації особистості в інтернет-середовищі. Розкрито сутність та особливості функціонування блогосфери, сучасні підходи до визначення поняття «автокомунікація». Дається характеристика поняття «блог» як жанру Інтернет-журналістики, проаналізовано типи блогів та дана сутнісна характеристика їх особливостей. Представлено сутнісні характеристики віртуальної соціалізації. Розкрито особливості перебігу процесу соціалізації в інтернет-середовищі та блогосфері. У статті подано аналіз особистісної активності як внутрішнього суб'єктивного фактору соціалізації. Представлено роль механізму включеності у процесі входження особистості до соціального середовища Інтернету.

*Ключові слова:* автокомунікація, блогосфера, Інтернет-простір, віртуальна соціалізація, активність.

#### **Черныш О. А. Автокоммуникация в блогосфере как фактор социализации личности**

В статье раскрыты особенности социализации личности в интернет-среде. Раскрыты сущность и особенности функционирования блогосферы, современные подходы к определению понятия «автокоммуникации». Дается характеристика понятия «блог» как жанра Интернет-журналистики, проанализированы типы блогов. Представлены сущностные характеристики виртуальной социализации. Раскрыты особенности течения процесса социализации в интернет-среде и блогосфере. В статье представлен анализ личностной активности как внутреннего субъективного фактора социализации. Представлена роль



механізму включеності в процесі входження особистості в соціальне середовище Інтернету.

*Ключевые слова:* автокомунікація, блогосфера, інтернет-простір, віртуальна соціалізація, активність.

**Chernysh O. Auto-Communication in the Blogosphere as a Factor of Socialization of Personality**

The article describes the features of socialization of the individual in real life and in the Internet environment. The definition of the concept of «blogosphere» at the interdisciplinary level is analyzed. The essence and peculiarities of functioning of the blogosphere, modern approaches to the definition of the term «auto communication» are revealed. The features of interaction in the Internet environment are analyzed, the concept of «blog» as a genre of Internet journalism is described, the types of blogs are analyzed and the essential characteristics of their features, tasks and functions are given. The factors that influence a user's choice of a particular type of blog are separated. Typical features and topics of Ukrainian blogs are described. The essential characteristics of virtual socialization are presented. The features of the process of socialization in the Internet environment and the blogosphere are revealed. The article analyzes the personal activity as an internal subjective factor of socialization. According to the value-time logic of the individual, four types of regulation of his life are distinguished. The role of the mechanism of inclusion in the process of personality entering the social environment of the Internet, its subjective component, which is realized in the active involvement of the person in the Internet environment is presented.

*Key words:* auto-communication, blogosphere, internet space, virtual socialization, activity.

Стаття надійшла до редакції 17.01.2020 р.

Прийнято до друку 01.03.2020 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Караман О. Л.