

## КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКІ ВИМІРИ КОМУНІКАЦІЇ: ІНТЕРНЕТ-БЛОГ ЯК СУЧАСНИЙ ВАРІАНТ ОСОБИСТОГО ЩОДЕННИКА В МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ

*Досліджується блог як варіант особистого щоденника. Аналізуються проблеми і перспективи існування блогосфери — простору для самореалізації та людської взаємодії в масовій культурі.*

**Ключові слова:** блог, Інтернет, людська взаємодія, масова культура, особистий щоденник.

*Исследуется блог как вариант личного дневника. Анализируются проблемы и перспективы существования блогосферы — пространства для самореализации и межличностного взаимодействия в массовой культуре.*

**Ключевые слова:** блог, Интернет, межличностное взаимодействие, массовая культура, личный дневник.

*The blog as modern versions of the personal diary are examined. The problems and prospects for the existence of the blogosphere as a space for self-actualization and interpersonal interaction in mass culture are analysed.*

**Key words:** blog, Internet, interpersonal interaction, mass culture personal diary.

Багатовимірність та суперечливість такого явища як масова культура пояснює посилену увагу науковців до цієї форми впорядкування людського життя. Такий прояв масової культури як мережа Інтернет, що виконує функції джерела інформації та засобу комунікації, так само заслужено перебуває в полі наукових розвідок. Третій елемент, що пояснює актуальність означеного дослідження, є відображенням класичної парадигми дослідження особистого щоденника як культурного феномену. У контексті тем масової культури та віртуальної комунікації такий елемент кіберпростору як Інтернет-блог буде розглянуто сучасний варіант особистого щоденника.

**Метою** дослідження є культурологічне та соціально-філософське осмислення комунікації в масовій культурі на прикладі блогосфери як продовження традиції ведення особистого щоденника і поля для людського спілкування.

Для досягнення мети варто дослідити, чим відрізняється віртуальний щоденник від письмового варіанта, виявити і типологізувати функції блогу як поля для реалізації саморефлексії, проаналізувати соціальні функції блогосфери, визначити проблеми і перспективи існування блогосфери як простору для самореалізації та людської взаємодії.

Визначимося з поняттями, до яких звертатимемося протягом дослідження. Блог — це періодично оновлюваний журнал з можливістю повного або обмеженого коментування іншими користувачами. Особливістю такого щоденника є зворотна хронологія, тобто останній запис буде першим серед доступних читатчеві. Блогосфера називається вся сукупність блогів в Інтернет-просторі.

Культурологічний підхід до проблеми передбачає узагальнююче теоретизування з долученням наукових здобутків широкого кола гуманітарних дисциплін, тому протягом дослідження звертатимемося до праць фахівців з психології, соціології, журналістики та громадської думки, політології, філософії, які вивчали Інтернет-простір та блогосферу. Зокрема, вперше Інтернет-простір як поле для людської комунікації та самореалізації досліджено в розвідці американських учених С. Хільтца та М. Турова «Сітьова нація: людське спілкування за допомогою комп'ютера» (1978 р.) [11].

Щодо особливостей сприйняття гіпертексту поділився роздумами класик постмодерну У. Еко в статті «Від Інтернету до Гутенберга» (1988 р.) [10].

У працях російського дослідника психолога О. Войскунського надається детальний огляд англомовної та російськомовної літератури з питань вивчення інтернет-простору, а також теми впливу мережі Інтернет на людську свідомість; особливості спілкування у віртуальному просторі та специфіка пошуку і сприйняття інформації в Інтернеті визначаються як основні дослідницькі стратегії [1].

Російськомовний дослідник Д. Колезев вивчає блог як віртуальний особистий щоденник та джерело інформації для журналістської діяльності [5; 6]. Зміну функції особистого щоденника від Середньовіччя до наших часів проаналізував російський науковець К. Кобрін [4].

Україномовні дослідниці О. Зарнецька та О. Романенко розглядають блогосферу як арену політичної комунікації, І. Гудінова досліджує психологічні аспекти ведення он-лайн щоденників, Л. Лазарева вивчає Інтернет та особистий блог у вимірах масової комунікації [2; 7; 8].

Дослідницький акцент у цій статті ставиться на культурологічному і соціально-філософському аспектах вивчення блогосфери як синтезу індивідуального і соціального у кіберпросторі.

Три твори під однаковою назвою «Сповідь» — Августина Блаженного, Жана Жака Руссо та Льва Толстого — є прикладом щоденника, який містить спробу самоаналізу, самовиправдання, самопрезентації. Корабельні журнали, найвідоміший з яких вели на шхуні «Санта Марія» протягом експедиції Христофора Колумба, є іншим варіантом щоденника, який фіксував послідовність подій у хронологічному порядку, був місцем накопичення емпіричного

матеріалу, кількісного виміру повсякденного життя певної країни в певну епоху. Так формувалася манера ведення щоденника як синтезу традиції занотовувати перебіг життя й спроб викласти на папері внутрішній світ особистості.

Щодо соціального навантаження і долучення до людських взаємин феномену щоденника в його класичному паперовому варіанті можна припустити, що, в першу чергу, ведення такого щоденника було спробою розмови із самим собою. Варто погодитися і з думкою Д. Колезева про те, що ведення щоденника передбачає діалог з потенційним читачем, навіть діалог з майбутнім [6, с. 134].

Натомість сьогодення робить персональний комп'ютер з підключенням до мережі Інтернет майже обов'язковим предметом вжитку звичайного мешканця міста і частково мешканця сільської місцевості, тому акценти в призначенні особистого щоденника зміщуються.

За результатами опитування на тему ролі особистого щоденника в житті сучасної людини, яке проведене нами на рекомендаційному ресурсі «Імхонет» (електронна адреса сайту: <http://imhonet.ru/>), у графі для висловлення власної думки щодо питання, з якою метою людина веде щоденникові нотатки, 70% задіяних в опитуванні додавали, що ведення щоденника має на увазі потенційного читача. Натомість щодо ведення віртуального особистого щоденника вживалося слово «ексгібіціонізм». Відтак акцент у веденні особистого щоденника зміщується до функції презентації автора.

Проте зазначимо, що автора віртуального щоденника не завжди цікавить зворотний зв'язок з читачем, запобігти якому допомагають опції заборони коментарів та обмеження кількості читачів, а також таке знакове для цього питання явище інтернет-простору як тлог — блог, в якому немає можливості залишити коментарі, отримувати інформацію про читачів, натомість можна здійснювати анонімні записи та зробити недоступними нотатки для будь-кого, окрім себе (електронна адреса сайту: <http://www.mmm-tasty.ru/main/about>).

Щодо вікової та статевої належності ведення блогу як особистого щоденника лічильник Technorail надає таку інформацію: 80% блогів у всьому просторі Інтернет є он-лайн щоденниками персонального змісту, 67% аудиторії, яка веде і читає такі щоденники, є жінками 16-19 років. Тобто традиція повідати найпотаємніші думки, у поєднанні з альбомом для друзів, перекочувала до віртуального простору.

Спробуємо визначити, які сильні та слабкі місця має віртуальний щоденник? Адже замість самоорганізації, самоаналізу, впорядкування власних думок, як основних функції паперового особистого щоденника, на перше місце виходить створення

віртуального Я, властивості якого поліпшені, порівняно з дійсністю. Позитивними результатами є створення можливості для творчої самореалізації — від вибору дизайну блогу, оформлення нотатків ілюстративним, аудіо- та відеосупроводом до публікації власних літературних творів, зображень з виробами ручної роботи, авторських фотографій, відеозаписів тощо. Наприклад, сучасні російські поетеси Віра Полозкова та Аля Кудряшова, письменник Слава Се відбулися на творчому поприщі саме завдяки тому, що колись почали розміщувати в блогах власні твори.

Віртуальне спілкування, яке виникає під час ведення такого блогу, може компенсувати нестачу спілкування в реальному житті, хоча б на деякий час створити ілюзію затребуваності людини суспільством. Звернімо увагу ще й на такий негативний наслідок: витрачення сил на ведення такого блогу може зашкодити стосункам у реальному житті. А також первинне призначення щоденника допомогти людині впорядкувати власні думки і дії відходить у тінь, через намагання справити враження, в процесі чого самоаналіз буде замінено самовиправданням.

Проте особистий щоденник може застосовуватися не лише у сфері дозвілля, а й у професійній діяльності. Паперовий щоденник може містити розпорядок робочого дня, плани, проекти, думки, координати колег, партнерів, клієнтів, учнів тощо. Натомість віртуальний особистий щоденник професійної спрямованості може допомогти сформувавши комунікаційне поле однодумців, які територіально віддалені (наприклад, мешкають в інших країнах та на інших континентах), уможливити проведення консультацій з учнями або студентами, а привселюдне викладення ідей щодо нових проектів, статей, книг, громадських акцій може набути розвитку і логічного оформлення завдяки відгукам колег і коментарям будь-яких користувачів віртуального ресурсу, на якому ведеться щоденник. Відтак, виходимо на ще одну не менш важливу на сьогоднішній день функцію особистого щоденника в мережі Інтернет — це можливість бути джерелом інформації.

Останнім часом журналісти звертаються до блогосфери як до джерела інформації. Згідно зі статистичними даними на 2010 р., 6 з 10 російськомовних журналістів переглядають стрічки нових записів у блогах саме з метою отримання інформації [5, с. 34]. Розвинемо цю думку. Якщо серед журналістів проводилось таке опитування, зв'язок віртуального щоденника й письменницької, образотворчої та будь-якої інтелектуальної діяльності, яка стає інтелектуальною власністю, — залишається поза увагою дослідників. Натомість усе частіше цитується ситуація, коли в митця запитали про те, де він бере свої ідеї, а той відповів, що лише краде їх. Як відомо, у жарті тільки доля жарту. За умов поширення зв'язку Інтернет, створення ресурсів, які виконують функції гуртків за

інтересами та будинків творчості, можна знайти продукти творчої діяльності людини, які раніше були відомі лише родинному колу, близькому оточенню або просто створювалися «в стіл», а нині доступні будь-якому користувачеві персонального комп'ютера з доступом до мережі Інтернет. Таким чином, виникла важлива філософська, соціологічна, культурологічна, психологічна та правова проблема, а саме: проблема інтелектуальної власності в мережі Інтернет й рівень психологічної і правової індивідуальної культури кожного користувача в його ставленні до продуктів інтелектуальної діяльності у віртуальному просторі.

Проте є й інший аспект можливості особистого віртуального щоденника бути джерелом інформації. Мається на увазі верифікація інформації, отриманої у блогах, використання якої належить уже до моральної та правової відповідальності [5, с. 36] журналіста, репортера, письменника, науковця, викладача, громадського діяча. Адже анонімність або невідповідність дійсності відомостей про користувача, який виклав інформацію або веде дискусію, з одного боку, знімає забобони щодо свого віку, статі, рівня освіченості, з іншого — може покривати людину, яка надає завідомо хибну інформацію, маніпулює читачами блогу, впливає на людську свідомість, формуючи вигідне комусь ставлення до певної ситуації, що часто є негативною стороною масової культури.

З проблемою маніпулювання людською свідомістю в мережі Інтернет пов'язана ще одна функція особистого віртуального щоденника як робочого щоденника, що також є безпосереднім проявом масової культури. Це функція реклами. Реклама може бути прихованою, наприклад, анонімна реєстрація автора на сайті та ведення блогу, читачі якого заохочувалися б до придбання книги цього автора через публікацію захопливих рецензій, висвітлення громадських подій, на яких буде присутня ця людина, пресконференції, автографи тощо. Також реклама може бути неприхованою, коли фірми з надання послуг у сфері відпочинку, спортивні клуби, салони краси, діячі мистецтва заводять такі віртуальні щоденники, щоб своїх клієнтів, відвідувачів та шанувальників інформувати про важливі події. Наприклад, згадувана вже Віра Полозкова відмовилася від традиції вести щоденник з метою публікувати в ньому нові вірші, натомість вона використовує віртуальний ресурс для висвітлення перебігу її гастролей, концертів, творчих вечорів, виходу друком нових книг.

Також в Інтернеті можна ознайомитися з текстом нового твору сучасного автора, що стає приманкою для користувача, наче пропонують пробник парфумів. Тобто, з одного боку, такий рекламний хід є прикладом маніпулювання свідомістю, з іншого боку, читач має змогу оцінити якість тексту і вирішити, придбати книгу чи відмовитися від покупки.

Неможливо оминати увагою саморекламу політичних діячів в Інтернеті. В цьому ракурсі важливими є розвідки українських дослідниць феномену щоденника в політичному житті О. Зернецької та О. Романенко. Дослідниці проаналізували євроатлантичну та українську блогосферу щодо використання політиками потенціалу ведення блогів у передвиборчих кампаніях. Так, президент Барак Обама у 2008 р. здобув перемогу завдяки участі в соціальних мережах, активному використанню власного он-лайн щоденника та мобільних технологій [8].

Натомість українські політики, які в президентській передвиборчій гонці 2010 р. стали активно використовувати блоги з метою самореклами, зазнали поразки. Проект з ведення блогів вітчизняними політиками не виправдав себе, адже замість зворотного зв'язку з електоратом було створено ілюзію позитивного ставлення до кандидатів написанням фальшивих позитивних відгуків, замість спогадів дитинства, власних думок, планів на майбутнє, контент блогів заповнявся загальновідомою інформацією та офіційними версіями біографій. Усе це дозволило О. Романенко надати такий прогноз: «у наступні роки українці недовірили ставитимуться до спроб політиків-блогерів позитивно позиціювати себе в мережі. Тим, хто захоче використати блог як політичну технологію під час наступних виборів, буде набагато важче здобути довіру виборців, ніж на виборах 2010 р.» [8].

Ще однією неоднозначною функцією віртуального особистого щоденника є його здатність бути підґрунтям для формування нового громадянського суспільства [7, с. 153]. Російський фахівець із соціально-політичної філософії та психології Г. Дилигенський визначав громадянське суспільство як «сукупність соціальних зв'язків та інститутів, які функціонують незалежно від політичної влади і здатні чинити вплив на неї» [3, с. 15]. У свою чергу англійський медіакритик Д. Роузен афористично характеризує громадських журналістів як тих, кого раніше називали аудиторією. Тобто під громадянським суспільством мається на увазі суспільство громадян з визначеною позицією щодо процесів та подій, які відбуваються в суспільстві. У такому разі громадянські журналісти як автори блогів, де звучить голос суспільства, будуть рупором таких соціальних зв'язків. Наголосимо, що жодним чином не йдеться про смерть професійної журналістики. Ми говоримо про громадянську журналістику як журналістику непрофесійну, специфіку якої можна зберегти за наявності професіоналів у цій галузі. І така позиція є взаємовигідною. З одного боку, автор блогу, тематика якого присвячена нагальним проблемам суспільства, автоматично протиставляється офіційній пресі, владним структурам, державній ідеології тощо, тому стає цікавим читачам як носій альтернативної точки зору, обговорення якої в авторському

віртуальному щоденнику є територією, де начебто можливо висловлювати думки без цензури. По-друге, аналізуючи статтю професійного журналіста, чийсь відгук, опис подій та надаючи посилання на першоджерело, автор блогу, в такий спосіб, популяризує сайт газети, журналу, форуму, інформацію з яких він критикує або доповнює. Окрім того, як сказав один з відомих авторів блогу в Живому Журналі Антон Носик, «Ми не будемо дізнаватися новини з Твіттера ні сьогодні, ні через 10 років. ЗМІ отримуватимуть новини з соціальних мереж та інформувати нас. На те вони і ЗМІ. А Твіттер із Фейсбуком були, е і будуть сировиною для їх роботи». Тобто громадянська журналістика в блогах стає відправною точкою для діяльності професійних журналістів.

Причини для інтенсивного ведення віртуального щоденника на соціальні, політичні, економічні теми аматорами теоретично обґрунтовав американський соціолог Р. Сеннет у концепції «падіння публічної людини». Дослідник констатує занепад публічного простору, який у сучасному місті існує в офісах з прозорими перегородками або в супермаркетах, магазинах, кав'ярнях, ресторанах, клубах, які доступні кожному лише за умов можливості придбати там товари і послуги [9, с. 22–23]. Отже, віртуальний щоденник як простір для громадської журналістики є наслідком позбавлення суспільства умов для висловлення власних ідей, обміну думками. Замість позитивної або негативної оцінки такого явища, зазначимо, що теорія Сеннета і наша дійсність є одним з проявів глобальних соціокультурних змін, які не можуть не позначитися на ментальності, засобах комунікації та ціннісних орієнтирах особистості. Крім того, ці процеси ще не завершені, тому надати їм зважену характеристику немає змоги. Відтак, подібні роздуми є лише етапною фіксацією дослідницької уваги.

Підсумуємо та визначимо перспективи подальших досліджень. Здійснений нами аналіз дозволяє дійти таких висновків. По-перше. Блог як особистий щоденник зберігає своє первинне призначення бути плацдармом для самоаналізу, дистанціювання від власних думок, упорядкування емоцій, координації власного життя, розпорядку дня. Проте функції самоаналізу та самоконтролю у віртуальному вимірі поступаються місцем візуальному оформленню. У цьому, в першу чергу, можна вбачати вплив негативного аспекту масової культури з її тяжінням до видовища, коли форма домінує над змістом. Однак ведення блогу в мережі Інтернет уможливило спілкування з читачем, що наближує блог до так званого «альбому друзів», тобто забезпечує потребу в комунікації та долучає людину до суспільства.

По-друге, використання блогу як професійного особистого щоденника дозволяє сформувати єдине комунікаційне поле однодумців та колег, реалізувати нові ідеї, збагачувати тематичний багаж,

отримувати та розповсюджувати корисну інформацію. Проте анонімність та віддаленість користувачів один від одного передбачає надання недостовірної інформації, умисне нехтування етикою спілкування, що може стати причиною для адміністративної та карної відповідальності тих, хто посилався на подібну інформацію. Відтак, суспільство постає перед проблемою низького рівня правової та психологічної індивідуальної культури користувачів Інтернету.

По-третє, особистий щоденник у віртуальному вимірі, завдяки здатності утворити єдине поле для спілкування та неконтрольованого висловлення власних думок, створює умови для формування громадянського суспільства, за відсутності таких умов у реальному житті. Зауважимо, що версія про громадянське суспільство, яке, за умов інформаційного суспільства, може існувати лише в кіберпросторі, потребує ретельнішого осмислення, детальної розробки переконливої аргументації. В протизагаду цьому, феномен громадянської журналістики, який набуває поширення саме завдяки доступності особистих нотатків у мережі Інтернет, дозволяє говорити про формування громадянської думки як наслідку та альтернативи офіційній журналістиці й ідеології, що є першим кроком у створенні громадянського суспільства (з винесенням, поки що, за дужки віртуального або реального формату його існування).

Отже, ведення особистого щоденника у віртуальному форматі виконує соціалізуючу функцію, адже надає змогу людині реалізувати свої творчі та професійні здібності, а налагодження зв'язків з інтернет-спільнотою, за умов адекватної оцінки та розмежування реального і віртуального життя, може стати тренажером для комунікації, надати навичок спілкування, розширити кругозір.

На останок зазначимо, що визначені проблемні моменти феномену віртуального щоденника є лише першими кроками на шляху до соціально-філософського та культурологічного осмислення таких зрізів масової комунікації за допомогою мережі Інтернет як ретроспективна послідовність ведення он-лайн щоденника та її вплив на сприйняття часу під час спілкування, використання іконографічних засобів для вираження емоцій — наскільки вони сприяють чи допомагають віртуальному спілкуванню, а також етична складова віртуальної взаємодії — яким чином змінюється людське самоусвідомлення під впливом он-лайн щоденника, якщо замість інтимної сповіді чільним стає прилюдне висвітлення внутрішнього світу. Відтак, узагальненіше можна сформулювати питання про те, яким буде портрет суб'єкта, що відтворюватиме культуру завтра, котрий зростає і формується за часів інтернет-комунікацій та умов масової культури.

### **Список літератури**

1. Войскунский А. Е. Интернет — новая область исследований в психологической науке / А. Е. Войскунский // Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. — М. : Смысл. — Вып.1. — 2002. — С. 82–101.

2. Гудінова І. Л. Блог-блогер-блогосфера в психологічних дослідженнях / І. Л. Гудінова // Актуальні проблеми психології. Т2. Психологічна герменевтика. — К. : Ін-т психології ім. Г.С. Костюка НАПН України. — Вип.7. — 2001. — С. 235–249.
3. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология / Г. Г. Дилигенский. — М. : Наука, 1994. — 304 с.
4. Кобрин К. Похвала дневнику / Кирил Кобрин // Новое литературное обозрение. — № 61 (2003). — С. 288–295.
5. Колезев Д. Е. Журналистика и блоггинг: взаимодействие и взаимовлияние / Д. Е. Колезев // Известия Уральского гос. Ун-та. — 2010. — № 1(71). — С. 31–40.
6. Колезев Д. Е. Эволюция дневника: от судебного журнала Колумба до современных блогов / Д. Е. Колезев // Известия Уральского гос. Ун-та. — 2010. — № 4(81). — С. 130–134.
7. Лазарева Л. М. Блог як надсучасний засіб масової комунікації / Л. М. Лазарева // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : зб. наук. пр. / М-во культури і туризму України, Нац. акад. кер. кадрів культури і мистец., Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка ; [редкол. : В. Г. Чернець та ін.]. — К. : Міленіум. — Вип.25. — 2010. — С. 151–159.
8. Романенко О. Блог як складовий елемент передвиборчої кампанії (досвід президентських виборів в Україні 2010 р.) / Олена Романенко // Сьома Міжнар. наук.-практич. інтернет-конференція «Соціум. Наука. Культура» (21-23 грудня 2011 р.) [Електронний ресурс] <http://intkonf.org/romanenko-o-blog-yak-skladoviy-element-peredviborchoyi-kampaniyi-dosvid-prezidentskih-viboriv-v-ukrayini-2010-r/>
9. Сеннет Р. Падение публичного человека / Ричард Сеннет ; пер. с англ. — М. : Логос, 2002. — 424 с.
10. Эко У. От Интернета к Гутенбергу / Умберто Эко ; пер. с итал. // Новое литературное обозрение. — 1998. — №32. — С. 5–14.
11. Hiltz S.R., Turoff M. The Network Nation. Human Communication via Computer / S.R. Hiltz, M. Turoff. — Mit Press, 1993. — 557 p.

*Надійшла до редколегії 12.03.2012 р.*