

УДК 007:304:004(659)

Тетяна Хітрова**СОЦІАЛЬНІ СПІЛЬНОТИ ЯК ПРОСТІР ФОРМУВАННЯ
ГРУПОВОЇ ПАМ'ЯТІ: НОВІТНІ ЕФЕКТИ КОМУНІКАЦІЇ**

Стаття присвячена дослідженню сучасних функціональних експлікацій дискурсу «історична пам'ять» у соціальних спільнотах. Акцентовано, що у порівнянні з традиційними медіа, концепт «пам'ять» у тематичних групах набуває нового соціального і комунікаційного змісту, вербальний ефект якого посилюється завдяки адаптації сучасних сервісів Інтернет-комунікації.

Ключові слова: історична пам'ять, комунікація, наратив, соціальні спільноти, технології інформаційного впливу.

Статья посвящена исследованию современных функциональных экспликаций дискурса «историческая память» в социальных сообществах. Акцентировано, что по сравнению с традиционными медиа, концепт «память» в тематических группах приобретает новое социальное и коммуникационное содержание, вербальный эффект которого усиливается благодаря адаптации современных сервисов Интернет-коммуникации.

Ключевые слова: историческая память, коммуникация, нарратив, социальные сообщества, технологии информационного воздействия.

The article is devoted to the investigation of discourse of modern functional explications of «historical memory» in social communities. It is stressed, that the concept of «memory» acquires a new social and communication content in thematic groups, which verbal effect of is enhanced by adapting modern Internet communication services, in comparison with the traditional media.

Key words: historical memory, communication, narrative, social communities, the technology of informational impact.

Нестримний розвиток новітніх медіа у ХХІ ст. розширює сучасні знання про комунікаційну систему й спонукає формування її нових ефектів, що пов'язані не стільки зі змістом інформації, скільки з її формальними аспектами. Трансформація процесів організації, управління й навігації інформації спонукає зосередження не лише на виробництві повідомлень, а й на статусі інформації, створенні ком-

фортного простору для її циркуляції, колективному творенні та споживанні. Інтернет-середовище, у цьому сенсі, є найбільш актуальним простором для будь-яких колективних соціальних взаємодій. Досить повною є характеристика Інтернет-комунікації надана В. Зверевою: «У цьому середовищі немає ієрархії, важливого і тривіального, немає особливого статусу в раціонального й аргументованого обговорення, але є відчайдушні змагання “всіх з усіма”, емоції корелюють з логікою, а політично й соціально значуще — з фотокартками домашніх улюбленців і спамом» [1, 97].

Медійність Інтернет-комунікації характеризується не лише наявністю у мережі інформаційних платформ традиційних медіа, а й можливістю організації публічних ком'юніті завдяки адаптації новітніх сервісів для колективної комунікації. Саме ця характеристика дозволяє виділити, серед актуальних *об'єктів дослідження* соціальних комунікацій — соціальні мережі, зокрема тематичні онлайн спільноти, що репрезентують конвенційні структури інформаційного простору різноманітних моделей світу. До питань дослідження соціальних мереж та онлайн спільнот як медіа зверталися такі українські дослідники: В. Іванов, І. Артамонова, А. Досенко, М. Чабаненко, С. Литвинова та ін.; активним пошуком медійного ресурсу віртуальних спільнот займається й російська школа, зокрема: І. Засурський, А. Калмиков, Є. Панченко. Загалом у науковій літературі дослідження віртуальних спільнот ведеться у різних напрямках, наприклад, розробка класифікації віртуальних спільнот (К. Портер, У. Долаксія, М. Вірнош, К. Джонс, С. Рафаелі, С. Кришнамерти, Л. Коміто, У. Маркус та ін.), визначення структурних властивостей віртуальних спільнот (К. Фігалло, К. Портер, К. Джонс, С. Кришнамерти, А. Бленкард, С. Харрісон) та ін.

На думку Г. Коньшеної, саме «людинорозмірність стає основною характеристикою формування новітньої системи ціннісно-цільових орієнтирів, породжує новий образ інформаційної картини світу» [2, 13], до конструювання якого долучаються не лише традиційні учасники й майданчики публічних дискусій, а й площина неформальної комунікації, де кожен учасник має рівноцінний статус. Самоорганізованість зумовлюється підтримкою групових цінностей об'єднаних спільними / або сукупними уявленнями про існуючі моделі світу. На несвідомому рівні цей процес виявляється у пошуку протопіпичних

елементів комунікації (уявлень, стереотипів, психологічних установок, цінностей, образів, символів), які слугують ідентифікаційною основою формування платформ для ком'юніті.

У цих умовах особливого значення набуває дискурс «пам'яті», процес конструювання якого безпосередньо залежить від артикуляцій, що відбуваються у політиці та традиційних медіа. Саме концепт «пам'ять» у віртуальній комунікації здатен втілювати й актуальне (соціальне) й символічне (прототипічне / ментальне), утворюючи новий рівень — соціальної пам'яті про минуле. Формування такого явища зумовлено не лише сервісною специфікою соціальних медіа, а й станом невизначеності учасників комунікації у своєму ставленні до минулого та сьогодення. Небезпека цього процесу полягає у намаганні великого відсотка учасників комунікації реконструювати картини минулого крізь призму соціальної і комунікативної практики інших учасників (перепости, статуси), що породжує такі явище як симулякри, каркуляції тощо. Безумовно такі твердження вимагають емпіричної аргументації й визначають наукову проблему статті.

Метою даної публікації є аналіз функціональних експлікації дискурсу української історичної пам'яті в соціальних спільнотах, її новітніх комунікаційних ефектів та концептуальних маркерів (засобів і технологій організації ком'юніті, мовленнєвих формул). Дослідження цих характеристик передбачає аналіз дискурсу «пам'яті» як системного явища, з притаманними йому змістовими та формальними ознаками: повідомлення (вербальні та невербальні) — наративи — коменорації — мовленнєва / текстова поведінка.

Об'єктом уваги пропонованої розвідки стали тематичні групи, що презентують комунікаційний дискурс української історичної пам'яті, в найбільших соціальних мережах пострадянського сегменту Інтернет («Facebook», «Однокласники», «ВКонтакте»). Основними критеріями формування вибірки були: тематичне спрямування групи (обговорення питань пов'язаних зі згадками про колективне минуле, походження, національні цінності, суперечні питання сьогодення, що знаходять відображення у минулому, мовне питання, символіка тощо); пошуково-дослідницький характер групи; наявність концепту «пам'ять» у назві групи; наявність у самописі спільнот концептуальних маркерів (або зв'язок), що визначають ідеологічні уподобання членів спільнот, допомагають визначати «своїх-чужих», зокрема

«Русь — Російська імперія — СРСР», «Україна — українська мова — ОУН-УПА — Степан Бандера — Роман Шухевич — — українець чи просто патріот України», «УПА, СОБОР, Україна, козак, Патріот, Русь, Історія, Євромайдан»; архітектоніка групи (наявність документальних свідчень, аргументації, доказовості, на протипагу «комунікації — заради комунікації»). До уваги, під час відбору груп, не бралися критерії: закритості / відкритості групи; ресурсності — наявності чи відсутності системи зв'язаних з групою перехресними лінками тематичних сайтів і спільнот, що є невід'ємною структурою систем Web2.0 та Web3.0. Однак, слід зауважити, що саме ці критерії впливають на якість організації дискусій у групі, визначають контекст сприйняття повідомлень, певним чином корелюють, однак не змінюють дискурс «пам'яті» у соціальних мережах (їх основною метою є «підкріплення» й додаткова аргументація титульних ідей групи).

На першому етапі вибірка складала близько 765 груп, однак реалії комунікації в соціальних мережах виявилися такими, що концепт «пам'ять» часто має неоднозначне тлумачення й розуміння у межах спільнот. Зокрема, 422 групи були відкинута як нефункціональні, оскільки організовані учасниками в пам'ять за конкретною людиною (зіркою «Пам'яті Ігоря Пелиха», приватною особою), музичним гуртом; «пам'ять» як узагальнене поняття («Збережемо пам'ять про тих, кого з нами немає», «Роженные в СССР»; ще 109 — присвячені пам'яті окремих явищ (наприклад, колективному колекціонуванню обгорток, пляшок, модним тенденціям, кінематографії різних років тощо). Загалом функціональна вибірка груп, що репрезентують комунікацію у межах дискурсу української історичної пам'яті, складала 234 групи («Facebook» — 65 (28 %); «ВКонтакте» — 101 (43 %); «Одноклассники» — 68 (29 %). Найбільшою активністю відзначаються групи, присвячені питанням Другої світової війни, згадкам про Радянський союз, героям українського національного та повстанського рухів, краєзнавчої пам'яті, статусу мови, патріотичним настроям українців загалом, причому більшість подібних груп протягом грудня-січня (2013–14 рр.) додали до назв, або ключових маркерів означення «Євромайдан», що не лише визначає зміст подальших дискусій, а й набуває статусу ідеологеми («МИ — ПАТРИОТИ УКРАЇНИ (Євромайдан)» <http://vk.com/club5525046>; «УКРАЇНСЬКА РЕВОЛЮЦІЯ / Євромайдан» <http://vk.com/uarevo>;

«НАШ ДІМ ЄВРОПЕЙСЬКА Україна / Євромайдан» [http://www.odnoklassniki.ru /europeanukraine](http://www.odnoklassniki.ru/europeanukraine)).

На відміну від офіційних репрезентацій «історичної пам'яті» комунікаційна цінність тематичних співтовариств у соцмережах полягає в особистісній ідентифікації її учасників у сучасних умовах на тлі дискусій щодо подій минулого чи-то пам'яті про минуле загалом. Використання концепту «пам'ять» в середовищі онлайн груп, також підпорядковується цьому завданню й залежить від актуальних тем сьогодення. Вона функціонує як засіб ідентифікації членів групи у теперішньому через завдання, установки та образи минулого шляхом їх підтвердження або спростування. Дискурс «пам'яті» у соцмережах завжди пов'язаний з особистісним досвідом, що наводиться як аргументація профільних ідей групи, шляхом включення індивідуальних свідчень у спільний архів. Емпірика «пам'яті» репрезентується у тематичних спільнотах у вигляді констеляції писемних, візуальних, мультимедійних документів, свідчень, спогадів та висловлювань, ритуалів, комеморацій, опитувань, голосувань, фотоконкурсів, — що визначають ідентичність учасників групи в теперішньому.

Інтернет-середовище дає можливість об'єднати індивідуальні моделі пам'яті в колективний проект, шляхом відкритості та інтерактивності дискусій, а також спільному (від)творенні та споживанні прийнятних інтерпретацій минулого. Отже, на відмінну від академічного значення, поняття «колективна пам'ять» в соціальних мережах дещо трансформується й набуває значення групової пам'яті (спільна участь в організації комунікації як основна мета), втрачаючи при цьому інтерпретацію оповідного наративу про минуле. Риторика пам'яті у соціальних спільнотах завдяки технічним сервісам набуває нової конфігурації — «фрактального наративу у вигляді перескоків і мандрівок між сторінками, вона все більше уподібнюється бриколажу або колажу» [2, 6].

Комунікаційною основою формування групової історичної пам'яті є її постійний зв'язок з суспільною думкою, запитами сьогодення. Колективні установки формуються шляхом офіційного інформаційного приводу, медіаротації та особистісних рефлексій як здатності до організації комунікації. Маркерами консолідації та самоідентифікації учасників ком'юніті виступають типологічні ознаки тематичних груп, обумовлені запитами самих користувачів, до таких

належать: історичні травми «Голодомор-Геноцид: Україна пам'ятає», гордість «Шануймося, родину Українська», спірна позиція дати чи герою «За що погибли наші деди?», конфронтаційна ознака «Против бандеровцев, ОУН-УПА и прочих пособников фашизма», краєзнавчий принцип: «Ті, хто народився в селах Теофіпольського району», об'єднання проти / за «Ми проти московсько-більшовицького імперіалізму (більшовізму)»; питально-роз'яснювальний принцип «За що ми ненавидимо москалів?» тощо.

Найбільш розповсюдженою формою ідентифікації однодумців у соціальній мережі «Однокласники» є опитування та голосування, причому вибір об'єктів формується здебільшого у вигляді ранжованого ряду, а загальний пост представлений у вигляді лінійної комунікаційної формули «за-проти» («За построение нового СССР — против Ктитализма» <http://www.odnoklassniki.ru/sssvelika>); «герой-антигерой» («Мазепа герой чи зрадник?» http://vk.com/topic-42133_23594607). Таким чином, в ту чи іншу групу потрапляють люди вже з чітко сформованою позицією щодо дискусійних питань.

Минуле у спільнотах «Facebook» та «ВКонтакте» завжди є радикально детермінованим («Націонал-комуністичний фронт», основні гасла: «Ми проти всіх! З червоним прапором в руках, з Україною в серці»; «Ставайте до боротьби, українські трударі! За мир, за волю, за кращу долю!» <http://vk.com/nkfront>), у мережі «Однокласники» воно може бути й нейтральним, що обумовлено, в першу чергу специфікою респондентів сайту. Про низьку громадянську активність учасників ком'юніті свідчить накопичення у межах тематичних груп прикладів індивідуальної історичної пам'яті, на противагу аналітичним міркуванням навколо колективних здобутків або систематизації й піднесення накопичених індивідуальних свідчень в загальне історичне тло.

Спільною комунікативною ознакою респондентів тематичних груп є наявність усталених лексичних конструкцій, так званих маркованих стереотипних формул, на позначення певних подій або персоналій, що, з одного боку, замінюють розлогі міркування, прискорюючи й спрощуючи комунікацію в режимі реального часу, а з іншого виступають соціальними фільтрами історичної пам'яті.

Аналіз змісту коментарів та постів учасників спільнот дозволяє ідентифікувати активне використання у межах аналізованих соціальних мереж технологій інформаційного охоплення. Найбільш

поширеними є такі її прийоми як: «безпідставне твердження»; «наклеювання ярликів»; «перенесення негативу»; постійна апеляція до авторитету; прийоми фальшивої згоди та фальшивого схвалення; «багаторазового повторення»; прийоми «замовчування»; «підміна понять»; «мультиплікативність»; апеляція до «особливої поінформованості»; «констатація факту», коли бажане становище подається як здійснений факт; «трансфер». Ці технології є найбільш активними у групах з «негативною ідентифікацією», комунікативна поведінка учасників яких обмежується декларуванням, а не аргументацією; смисловою простотою, відсутністю аналітичних міркувань та дискусій навколо колективних цінностей, солідарністю проти когось або чогось.

Технології інформаційного охоплення використовуються не лише як засіб переконання у межах спільнот, але й як засіб ідентифікації (конфронтації) по відношенню до альтернативних груп, шляхом культивування сугестивних концепт-одиниць «іншування» та «образу ворога» по відношенню до опонентів (супротивників). Такі спільноти визначають перелік основних «ворогів» своїх ідей в хронотопі минулого і сьогодення (зокрема, ОУН-УПА — «Свобода», О. Тягнибок; Америка — НАТО; СРСР — Митний союз; «КПУ»; Російська імперія — москалі; помаранчеві / біло-блакитні — майданівці / тітушки; найбільш нейтральною є тема Другої світової війни).

Перфомантизація обговорюваних питань є невід’ємною складовою репрезентації історичних моделей пам’яті у межах груп, що реалізується як шляхом залучення документальних свідчень, так і з використанням сучасних шоу-презентацій, зокрема постановочних роликів, онлайн альбомів, плакатів, ілюстрацій, аудіо і відео файлів, які допомагають створити необхідний настрій для сприйняття подій, або інформації про ці події чи постаті. Цей факт дозволяє виділити ще одну спільну для аналізованих соціальних мереж соціокомунікаційну технологію — шоу-технологію, яка за допомогою візуалізації й підбору необхідного зображального матеріалу є впливовим маніпуляційним засобом. Підсилюють ефект історичної пам’яті й комеморативні заходи організовані учасниками груп — солідарні ритуали (увіковічення, оплакування, пригадування, висміювання), використання урочистих формул «вічна пам’ять», «слава героям», перепостів, статусів тощо. Включення комеморативного компоненту (представ-

леного вербальними та аудіовізуальними конструкціями) засвідчує темпоральну структуру наративів пам'яті у соціальних спільнотах, яким притаманний поверхневий та глибинний зміст повідомлень на рівні прийняття чи не прийняття позиції відправника (модератора).

Аналіз тематичних співтовариств дозволив з'ясувати той факт, що у межах соцмереж відсутній як такий єдиний спеціалізований ком'юніті, де респонденти з протилежними точками зору могли б вести дебати (ця ознака є притаманною блогівій комунікації, наприклад, *Livejournal*). Відповідно й така форма комунікації як дебати представлена досить фрагментарно й у більшості випадків притаманна групам, що лише на рівні аргументації чи доказовості використовують пам'ять про минуле, зокрема, це стосується груп щодо мовного статусу України, мистецьких пам'яток, сучасних подій Євромайдану, передумови яких вбачаються у минулому. Специфікою мережевої комунікації в обговоренні питань історичної пам'яті є відсутність будь-якої ієрархії, центру комунікації, як відправної токи де всі аргументи приведені у систему. Кожна з груп являє собою певне локалізоване інформаційне середовище, де кожен з учасників може приєднуватися до дискусії у будь-який час, формуючи власний інформаційний простір. Часто обговорення подій чи постатей починаються і закінчуються досить хаотично, наприклад, як аргументи до попередніх дискусій, або як контрдокази у технології трансферу, чи-то як подієвий інформаційний привід, чи-то як апеляція до авторитету тощо.

Логіку комунікації суміжних груп, зокрема в соцмережах «Одно-класники» та «ВКонтакте», взагалі складно відстежити, адже вона базується на просуванні профільних для групи тез, а не на дискусії щодо спірних питань історичної пам'яті, — як наслідок, формування замкненої системи комунікації, — посилення на «авторитетні» джерела комунікації замість аргументованої відповіді (вставка відеоролику, чи тексту, що доводить позицію учасника / групи), тиражування знаків ідеологічної позиції, закриті відповіді, контекстна реклама, відсутність критичного мислення загалом. «Facebook» у порівнянні з вищеназваними спільнотами є більш динамічним у репрезентації онлайн-баталій, публіцистичних коментарів, звернень до медійної аудиторії, окремі юзери на своїх сторінках намагаються вести самостійні блоги, що, загалом, не вписується у формат соціальних мереж. Попри відмінності змістових характеристик комунікації аналізова-

них соціальних мереж, їх спільною ознакою є наявність ситуативного інформаційного приводу для початку діалогу і його корекція у процесі обговорення постів та коментарів. Більшість дискусій у тематичних групах розгортаються у бік «негативної ідентифікації», що супроводжується певною мовленнєвою фортифікацією (комунікативною агресією, сарказмом, емоційними випадками, висміюванням, відвертими образами та звинуваченнями з переходом від історичного на особистий рівень). Міжгруповий інформаційний конфлікт є досить розповсюдженим явищем у соціальних мережах, що дозволяє стверджувати про використання технологій інформаційної війни, як засобу соціокомунікаційного впливу. Провокації, тролінг, перебільшено емоційні реакції, демотиватори, колажі, відофайли використовуються як впливова зброя проти аргументів опонента.

Боротьба за «правильну» версію минулого здебільшого відбувається у площині ідеології сучасного моменту, хоча й аргументується фактами минулого. Тому, можемо зробити припущення, що «історична пам'ять» у соціальних мережах, на відміну від академічних чи публіцистичних дискусій є аргументаційною основою формування сучасної історичної свідомості українського користувача в її рефлексивній взаємодії з «соціальною пам'яттю» утворюючи, таким чином, новий тип «глобальної соціальної пам'яті».

Аналіз найбільш рейтингових соціальних мереж українського Інтернет сегменту доводить, що «історична пам'ять» продовжує бути актуальним предметом публічних дискусій, актуалізуючи новітні смисли минулого в сучасній медіакulturі та повсякденній практиці. У порівнянні з традиційними медіа, дискурс «пам'яті» у соціальних спільнотах набуває нового соціального й комунікаційного змісту, зокрема, виконує функції організації учасників тематичної комунікації (ідентифікаційна функція); на рівні концепту входить до пошукової системи соціальних мереж (навігаційна функція); є джерелом формування онлайн-архівів (функція баз даних); впливає на формування нових зв'язків між користувачами й подальше їх самовизначення в онлайн діях (інтеграційна функція); спонукає до появи нових мережових форм комеморації (комемораційна функція); впливає на визначення групової і, як наслідок, особистісної ідентичності (аксіологічна функція); є інформаційним приводом й засобом формування комунікативного середовища, часто «комунікації — заради комунікації»,

що обумовлено специфікою соціальних мереж (соціокомунікативна функція); стверджує або заперечує стереотипні маркери минулого, що є у мас-медійній чи політичній ротації сьогодення (функція public relations); виступає аргументаційною основою формування сучасної історичної свідомості як своєрідного коду для інтерпретацій ідеологічної платформи сьогодення (ідеологічна функція); впливає на формування новітніх мовленнєвих стандартів онлайн-комунікації, що пов'язані з вербальними (невербальними), свідомими й несвідомими формами передачі та збереження інформації, технологіями інформаційного впливу (психолінгвістична функція).

Вищеперераховані функції цілком доводять медійну природу комунікації у тематичних групах соціальних мережах, розширюючи, таким чином, не лише традиційний інформаційний простір побутування дискурсу «історичної пам'яті», а й репрезентуючи нові засоби та технології його соціально-комунікаційних рефлексій. Акцентуючи на вагомій ролі супровідних ефектів комунікації в онлайн-групах, перспективи подальших досліджень вбачаємо у поглибленому аналізі й систематизації формальних аспектів спілкування, що наділяються змістом у межах території «пам'яті», специфіці трансляції знаків комунікації у міжгрупових взаємодіях; важливим, безумовно є й семіотичний аналіз конвенційних регламентацій у межах груп, зокрема, щодо структури розміщення повідомлень, комеморацій, мовленнєвих формул та графічних маркерів, комунікаційної поведінки учасників загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Зверева В.* Дискусии о советском прошлом в сообществах сети «ВКонтакте» / В. Зверева // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискусии. — № 4 (110). — С. 97–112.
2. *Коньшина Г.* Трансформація соціальної пам'яті в інформаційному суспільстві : автореф. дис. ... канд. філос. наук / Г. Коньшина. — Харків, 2008. — 17 с.

Одержана 13.05.2014