

Феномен «відкритого листа» в ракурсі становлення «hurried culture»

О. О. Порпуліт

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

Paper received 26.01.18; Revised 29.01.18; Accepted for publication 30.01.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2018-156VI26-19>

Анотація. У науковій розвідці виокремлено провідні тенденції і закономірності «відкритих листів»; акцентовано схильність акторів соціальних мереж обирати мінімально затратні з погляду часу способи демонстрації власної громадської активності й суспільної ініціативності.

Ключові слова: відкритий лист, епістолярно-медійні тексти, Facebook, «hurried culture», імітація суспільної ініціативи.

Вступ. Протягом останніх років ми стали свідками становлення «hurried culture» (культури поспіху), відчували на собі тиск і брак часу, прискорення життєвих ритмів, перетворилися на заручників інформаційного надлишку, підкорилися правилам гри, означеної науковцями як «заочне спілкування» – здійснювана в глобальній мережі комунікація, позбавлена розмаїття безпосередніх, невимушених, природних відчуттів і переживань. Сучасні процеси глобалізації, омереження, демасифікації суспільства неминуче позначаються на системі соціальної комунікації і сприяють якісній трансформації суб'єктів спілкування. З іншого боку, впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в суспільний процес дає змогу просьюмерам (зацікавлені актори, що трансформують систему соціальних комунікацій, ліквідуючи розрив між виробником (producer) і споживачем (consumer) і створюючи принципово новий різновид праці, який об'єднує виробника і споживача в одне ціле [1, с. 19]) міркувати над власною поведінкою з погляду соціальної відповідальності та етичних норм, виголошувати власну думку, брати участь у продукуванні медіа-контенту, впливати на формування «порядку денного» тощо. Піднесення особистого спілкування до рівня недозволеної розкоші і зсув комунікативних практик у мережевий простір провокує зміну традиційних усних жанрів (бесіда, спір, дискусія, комплімент, обговорення та ін.) на чати, блоги, меседжери, пости, перепости тощо. У цьому контексті *актуальним* вбачається дослідження феномену відкритого листа – поліадресний лист, поширюваний в інтернет-просторі чи за допомогою засобів масової інформації, призначений для суспільного прочитання / обговорення, має явну локально-темпоральну віднесеність, репрезентує суб'єктивну модальність, втілює широкий спектр функцій, розрахований на перлокутивний ефект тощо.

Стислий огляд публікацій за темою. Тривалий час епістолярна комунікація перебувала на периферії наукового зацікавлення: епізодично дослідниками висвітлювалася роль епістолярної спадщини в творчості письменників, її роль у розвитку і становленні літературної мови (Л. В. Зарицька, М. М. Хорошков, Н. Я. Сипкіна, М. М. Ковресьєва, Т. М. Сидоренко); в комунікативно-особистісному аспекті лист як твір епістолярного жанру розглядався в роботах Ж. В. Дзєбісової, О. О. Козлової, І. І. Матвєєвої; жанрово-стилістична своєрідність сучасних епістолярних текстів аналізувалася в розвідках Т. П. Акімова, Н. В. Рижової, К. В. Дьякової, Є. О. Колтунової, О. Ю. Шавлюк, Є. Г. Местергазі; диференційні та інтегральні ознаки відкритого листа опрацьовувалися

О. М. Віноградовою, О. В. Гусєвою, Т. С. Каіровою, Е. В. Чепкіною, І. А. Чесноковою тощо.

Дотичними до окресленого проблемного поля є дослідження, присвячені вивченню нових жанрів, що останнім часом з'явилися і впевнено набирають обертів в інтернет-середовищі (Л. М. Городенко, В. В. Гоян, Н. І. Зражевська, Л. Ю. Іванов, Н. В. Коломієць, Т. С. Крайнікова, Н. Г. Лукашенко, С. О. Матвєєва, В. В. Різун, Т. І. Рязанцева, І. А. Хоменко, В. Е. Шевченко).

Питанням еволюції епістолярного жанру інтернет-комунікації – відкритого листа – присвячені роботи А. В. Кур'янович, М. Л. Якуніної, І. В. Пекарської, М. Б. Токтагазіна, А. М. Чеберяк та ін.

Мета дослідження – в контексті новітніх досягнень у галузі інформаційних і комунікаційних технологій виокремити певні тенденції і закономірності модифікації «відкритих листів», поширюваних в інтернет-просторі, у ракурсі становлення культури поспіху.

Матеріали і методи. Дискурсивному аналізу підлягали публікації відкритих листів, поширюваних у соціальній мережі Facebook протягом січня 2014 – грудня 2017 років. Обраний ресурс містить відкриті листи реальних україномовних користувачів, які пройшли реєстрацію, дали згоду на обробку даних і тексту повідомлення (тобто використовуючи матеріал зазначеного ресурсу, ми не порушуємо авторські права і етичні норми), або перепости відкритих листів інших зацікавлених акторів, що здатні артикулювати власну думку і бажають впливати на формування «порядку денного» демократично скерованого суспільства, листи, поширювані у чатах, блогах, власних аккаунтах соціальних мереж (Instagram, Twitter, UkrOpen, «Українці» та ін.), на сайтах електронних медіа тощо. Критеріями для відбору й опрацювання текстів відкритих листів (загальна кількість – 65 публікацій) слугували українська мова написання, наявність відомостей про перегляд тексту послання, кількісний показник числа коментарів, інформація про перепости, повнота і збалансованість у розкритті теми, визначена локально-темпоральна віднесеність тощо. Відсутність редакторської правки текстів відкритих листів, опублікованих в аккаунтах користувачів, за винятком перевірки публікацій на наявність ненормативної лексики чи озвучення погроз, що здатні образити як адресата, так і потенційних читачів – акторів соціальної мережі, певною мірою гарантує чистоту проведеного дослідження.

Результати й обговорення. Феномен відкритих листів, поширюваних в інтернет-середовищі, ґрунтується на можливості повідомити широкому загалу про нарізле, животрепетне, злободенне, зробити максима-

льний перепост актуального і важливого повідомлення, що, в свою чергу, надає актору соціальної мережі надію бути почутим, здобути підтримку й розуміння, удостоїтися співчуття, і очікувати успішного розв'язання проблеми. І. А. Чеснокова виокремлює низку чинників, які стимулюють акторів свідомо й нарочито оприлюднювати власні листи: 1) демонстративна відкритість листа робить його більш привабливим для читацької аудиторії в зв'язку з природною людською цікавістю; 2) форма листа сприяє інтимізації спілкування; 3) лист передбачає можливість отримання відповіді незалежно від характеру адресата (чи то адресат, позначений у вступній частині, чи один із численної читацької аудиторії) [2, с. 100]. Соціально-політична тематична скерованість, медійний характер здійснення взаємодії, маркованість комунікантів в першу чергу з позицій їхнього соціального статусу, на думку А. В. Кур'янович, доводять факт суспільної значущості епістолярно-медійних текстів [3]. Безумовно, поширення новітніх інформаційно-комунікативних технологій дало змогу зробити технічно можливим з'ясування й окреслення думки широкого загалу, сприяло забезпеченню прямої комунікації з різними соціальними інститутами, проте ці технології поки що не перетворилися на важелі контролю громадськості за реалізацією прийнятих рішень.

Відзначаючи еволюційні трансформації, що відбулися як у змісті (тематика, мовленнєва інтенція, функція текстів, сукупність провідних ознак тощо), так і у формі (композиція, стиль) епістолярних жанрів інтернет-комунікацій, М. Л. Якуніна та І. В. Пекарська, з посиланням на І. М. Борисову, виокремлюють провідні типи інтенцій відкритих листів, поширюваних у мережі: 1) директив (спонукання адресата до дії, спроба здійснення впливу на адресата, програмування його емоцій, думок, поведінки); 2) експресив (самовираження адресанта); 3) комісив (покладання на себе зобов'язань); 4) комунікативний регулятив (організаційні аспекти взаємодії); 5) репрезентатив (оперування інформацією); 6) вердиктив (оцінка) [4, с. 116]. Проведене авторками дослідження дало змогу констатувати, що «у кожному конкретному тексті відбувається поєднання інтенції в різних пропорціях» [4, с. 117], проте основною інтенцією досліджуваного корпусу текстів М. Л. Якуніна та І. В. Пекарська визнають експресив [4, с. 118]. Поряд зі сповіддю, автобіографією, мемуарами, спогадами, щоденниками, інтерв'ю, С. І. Мітіна уналежнює жанр листа (епістолярії) до «его-текстів» – «корпус автобіографічних текстів, репрезентований розмаїттям жанрів, єднальною ланкою яких є авторське “я”, що, в свою чергу, виступає центром породження і генерування ідей, переживань і дій» [5, с. 3]. Аналізуючи дискурсивні характеристики епістолярно-медійної мовної особистості крізь призму соціолінгвістичних параметрів, А. В. Кур'янович відзначає «настанову епістолярного адресанта на самопрезентацію» [3, с. 35] і підкреслює, що найважливіше значення має усвідомлення власної соціальної приналежності: «приналежність до групи однодумців. Така соціальна ідентичність авторів ... виступає значущим регулятором самосвідомості і соціального поведінки» [3, с. 36].

Проведені нами дослідження дали змогу виокремити певні тенденції і закономірності щодо обраного корпусу епістолярно-медійних текстів.

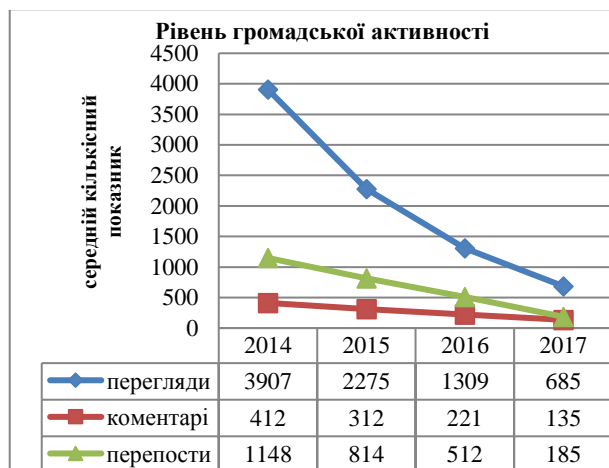
1. Значна частина відкритих листів, опублікованих в 2014-2015 роках, незважаючи на особистісне начало в кожному тексті, написана з позиції «людини соціальної» [4, с. 123]. Саме події Євромайдану стимулювали сплеск громадської активності населення, заохочували до прояву суспільної ініціативи й енергійної колективно скерованої позиції. Щодо відкритих листів, поширюваних у мережі протягом наступних років, то зростає кількість публікацій з яскраво вираженою персональною позицією адресанта, з демонстрацією поглядів «людини приватної». Досліджуючи динаміку соціально-економічних настроїв населення України в період літо-осінь 2017 року, О. М. Балакірева й Д. А. Дмитрук з'ясували, що українське суспільство, зберігаючи доволі високі показники готовності до волонтерської допомоги суспільству та державі, демонструє «поступове зниження цієї активності, насамперед за тими напрямками, що містять більше конкретики, вимагають більшої активності та кращої самоорганізації» [6, с. 109]. Крім того, обертів набирає тенденція написання відкритих листів масовому читачеві, всупереч вказівці конкретного адресата, що характерно для листів 2014-2015 років (Див. мал. 1). Додамо, що сам акт розміщення відкритого листа в мережевому середовищі свідчить про можливість, і навіть неприховане бажання автора, бути почутим, здобути підтримку у широкого загалу.

Малюнок 1.



2. Зниження кількості переглядів, коментарів і перепостів, інформація про які подається поряд із текстом відкритого листа (Див. мал. 2). Принциповим моментом вважаємо той факт, що з часом до акторів соціальних мереж приходять визнання за інтернет-ініціативами здатності до розпорощення громадського активізму, коли номінальна залученість стає лише імітацією суспільної ініціативи й «фальсифікацією» солідарних дій. Для порівняння, серія протестів і демонстрацій, що прокотилася по всьому Близькому Сходу і Північній Африці на початку 2011 року, відома як «арабська весна», навіть породила мем «like is not action» – «поставити лайк – не означає діяти».

Малюнок 2.



3. Найпомітніша тенденція сьогодення – додавання до відкритих листів у соціальній мережі Facebook візуальних зображень, що, в свою чергу, є свідченням інтенсифікації тенденції візуалізації, коли «непомітно для більшості адресатів, обмін інформацією за допомогою візуальних образів, став домінуючим. Результати діяльності та пізнання закріплюються візуальним фактологічним матеріалом, у комунікативній практиці для полегшення порозуміння між сторонами та досягнення позитивного результату домінує візуальна графічна інформація» [7, с. 38]. М. Б. Токтагазін, міркуючи над перспективами розвитку епістолярного жанру в контексті новітніх досягнень у галузі інформаційних і комунікаційних технологій, акцентує трансформацію епістолярного жанру в «епістолярно-візуальний жанр, що супроводжується тенденцією до лаконічності і графічності» [8, с. 100]. Наголошуючи на неспроможності епістолярно-медійної комунікації здійснювати візуальний контакт, з одного боку, і зниженні емоційного складника спілкування та збільшенні «навантаження» на складник вербальний, з іншого, А. В. Кур'янович зазначає, що «на допомогу приходять графічні зображення, які символічно репрезентують певні емоційні стани чи почуття» [9, с. 48]. Наявність у текстах відкритих листів візуальних зображень дає можливість потрактувати їх як складне текстове утворення, в якому вербальні й іконічні елементи утворюють цілісну структурну, смислову й функціональну єдність [9, с. 48–49]. Вважаємо, що не останню роль у трансформації епістолярного жанру в жанр епістолярно-візуальний у соціальних мережах відіграє час. Час є провідним параметром існування сучасника: диктує тривалість перебування в інтернет-просторі, окреслює границі входу / виходу в соціальні мережі, обумовлює частку сприйманої і продукованої інформації, визначає якість і кількість контентного наповнення тощо. Цілком закономірно, що актори соціальних мереж віддають перевагу мінімально затратним з погляду часу шляхам визначення згоди, насмішки, обурення, співчуття, погодження з текстом відкритого листа. Додамо, що й формування контенту власного аккаунту за рахунок перепостів відкритих листів однодумців дає змогу актору соціальних мереж «стати» на позиції громадського активіста й виразника солідарних ініціатив без значних часових витрат.

4. Мінімізація часових і просторових бар'єрів. Поява нових технологій і нових способів їх застосування істотно змінила просторово-часові характеристики

комунікації, «подарувавши» актору соціальних мереж можливість «перебувати в один і той же час у різних місцях». Спроможність поширювати й отримувати інформацію миттєво, незалежно від відстані, забезпечують, з одного боку, безпрецедентну темпоральну *одночасність* соціальним, політичним і культурним подіям. З іншого боку, має місце так званий «темпоральний колаж», *позачасовість*, спровокована як дифузійною часових параметрів у межах певного каналу зв'язку, так і продиктована конкретним вибором учасника взаємодії [10, с. 491–492.]. На зміні просторових і часових вимірів соціального життя під впливом новітніх технічних засобів масової інформації наголошує і Дж. Б. Томпсон: «Дозволяючи людям спілкуватися через розширені ділянки простору і часу, використання технічних засобів масової інформації дає змогу людям подолати часові та просторові межі, що характерно для взаємодії віч-на-віч» [11, с. 31]. Роз'єднання простору і часу підготували ґрунт для іншого перетворення, тісно пов'язаного з розвитком телекомунікацій: «відкриття *despatialized* (позапросторової) одночасності» [11, с. 32.]. У більш ранніх історичних періодах досвіду одночасність ототожнювалася з локалізацією: той самий час означає й те саме місце. Але роз'єднання простору і часу, що було викликане розвитком телекомунікацій, на думку Дж. Б. Томпсона, спровокувало віддалення досвіду одночасності від просторового стану загальної території. Це стало можливим з переживанням подій як досвіду, незважаючи на те, що вони мали місце в локусах, які були просторово віддаленими один від одного. На відміну від конкретності «тут» і «зараз», з'явилося почуття «само зараз», яке вже не прив'язується до конкретного місцезнаходження. Одночасність була розширена в просторі, який зрештою став глобального характеру. Так, одночасне співіснування в соціальній мережі Facebook відкритих листів, датованих різними числами, місяцями і роками, «прив'язаних» до різних територіально визначених місць, дає змогу констатувати абсолютно нове переживання просторово-часового континууму – як апросторово-ачасове, позбавлене певної точки відліку, єдиної для всієї сукупності користувачів інтернету і позначеної в реальності як on-line, «дійсна, сьогочасна» синхронізація автора, адресата і зацікавлених представників широкого загалу.

Висновки. Новітні досягнення у галузі інформаційних і комунікаційних технологій, зсув комунікативних практик у мережевий простір стали причиною доволі помітних трансформацій «відкритого листа»: зростання кількості текстів епістолярно-медійної комунікації з яскраво вираженою позицією «людини приватної»; поширення тенденції написання відкритих листів масовому читачеві; зниження кількості переглядів, коментарів і перепостів текстів відкритих листів; додавання до відкритих листів у соціальній мережі Facebook візуальних зображень; мінімізація часових і просторових бар'єрів. Здатність до абсолютно нового переживання сучасником просторово-часового континууму – апросторово-ачасового, позначеного в реальності як on-line, дає змогу акторам соціальних мереж обирати мінімально затратні з погляду часу способи демонстрації власної громадської активності й суспільної ініціативності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Тоффлер Е. Третья волна / пер. з англ. А. Євса. – Київ: Видавничий дім «Всесвіт», 2000. – 480 с.
2. Чеснокова И. А. Дифференциальные и интегральные признаки открытых писем [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/differentsialnye-i-integralnye-priznaki-otkrytyh-pisem>
3. Курьянович А. В. Эпистолярная языковая личность в условиях массмедийной коммуникации: опыт социолингвистического анализа дискурсивных свойств (на материале текстов online-петиций) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/epistolyarnaya-yazykovaya-lichnost-v-usloviyah-massmediyoy-kommunikatsii-opyt-sotsiolingvisticheskogo-analiza-diskursivnyh-svoystv>
4. Якунина М. Л., Пекарская И. В. «Открытые письма» как эпистолярный жанр интернет-коммуникации (на материале сайта «Письма президенту») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otkrytye-pisma-kak-epistolyarnyy-zhanr-internet-kommunikatsii-na-materiale-sayta-pisma-prezidentu>
5. Митина С.И. Философский эго-текст: бытие в культуре : автореферат дис. ... доктора философских наук : 24.00.01 / Митина Светлана Ивановна. – Саранск, 2008. – 43 с.
6. Балакірева О. М., Дмитрук Д. А. Динаміка соціально-економічних настроїв населення України: літо-осінь 2017 року [Електронний ресурс] // Український соціум. – 2017. – № 3 (62). – С. 100–116. – Режим доступу: http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-2017/US_3_2017ua/100-116.pdf
7. Удріс Н. С. Візуалізація комунікативної практики як домінанта соціальної комунікації першого десятиліття XXI століття // Наукові праці. Соціологія. – 2013. – Випуск 199. – Том 211. – С. 38–43.
8. Токтагазин М. Анализ и типологизация современных образцов эпистолярной публицистики в различных СМИ: перспективы развития эпистолярного жанра в современной публицистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-tipologizatsiya-sovremennyh-obraztsov-epistolyarnoy-publitsistiki-v-razlichnyh-smi-perspektivy-razvitiya-epistolyarnogo>
9. Курьянович А. В. Электронное письмо как функционально-стилевая разновидность эпистолярного жанра в пространстве современной коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnoe-pismo-kak-funktsionalno-stilevaya-raznovidnost-epistolyarnogo-zhanra-v-prostranstve-sovremennoy-kommunikatsii>
10. Castells M. The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture. – Chichester, West Sussex, United Kingdom: Blackwell, 2010. – 566 p.
11. Thompson J. The Media and Modernity: A Social Theory of the Mediac. Stanford: Stanford University Press, 31, 1995. – 324 p.

REFERENCES

1. Toffler E. The third wave / per. z angl. A.Yevsa. – Kyiv: Vy`davny`chy`j dim «Vsesvit», 2000. – 480 s.
2. Chesnokova I. A. Differential and integral features of open letters [Electronic resource]. – Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/differentsialnye-i-integralnye-priznaki-otkrytyh-pisem>
3. Kur`janovich A. V. Epistolary language personality under the conditions of the mass media communication: experience of sociolinguistic analysis of discursive properties (on the online petitions texts) letters [Electronic resource]. – Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/epistolyarnaya-yazykovaya-lichnost-v-usloviyah-massmediyoy-kommunikatsii-opyt-sotsiolingvisticheskogo-analiza-diskursivnyh-svoystv>
4. Jakunina M. L., Pekarskaja I. V. «Open letters» as an epistolary genre of Internet communication (based on the website «Letters to the President») [Electronic resource]. – Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/otkrytye-pisma-kak-epistolyarnyy-zhanr-internet-kommunikatsii-na-materiale-sayta-pisma-prezidentu>
5. Mitina S.I. Philosophical ego-text: being in culture : avtoreferat dis. ... doktora filosofskih nauk : 24.00.01 / Mitina Svetlana Ivanovna. – Saransk, 2008. – 43 s.
6. Balakiryeva O. M., Dmy`truk D. A. Trends in socio-economic attitudes of the Ukrainian population: summer-fall of 2017 [Electronic resource] // Ukrainys`ky`j socium. – 2017. – № 3 (62). – S. 100–116. – Available at: http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-2017/US_3_2017ua/100-116.pdf
7. Udris N. S. Visualization of communicative practices as a dominant in social communication in the first decade of the 21st century // Naukovi pratsi. Sotsiolohiia. – 2013. – Vypusk 199. – Tom 211. – S. 38–43.
8. Toktagazin M. Analysis and typologization of contemporary models of epistolary publicism in different media: prospects of development of the epistolary genre in modern publicistics [Electronic resource]. – Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-tipologizatsiya-sovremennyh-obraztsov-epistolyarnoy-publitsistiki-v-razlichnyh-smi-perspektivy-razvitiya-epistolyarnogo>
9. Kur`janovich A. V. E-mail as a functional-style version of the epistolary genre in the space of modern communication [Electronic resource]. – Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnoe-pismo-kak-funktsionalno-stilevaya-raznovidnost-epistolyarnogo-zhanra-v-prostranstve-sovremennoy-kommunikatsii>

The phenomenon of «open letter» in the perspective of the formation of «hurried culture»

O. O. Porpult

Abstract. The scientific research identifies certain tendencies and patterns of «open letters»; the predisposition of social networking actors to choose the least costly ways of demonstrating personal civic engagement and public initiative is emphasized.

Keywords: open letter, epistolary-media texts, Facebook, «hurried culture», imitation of public initiative.

Феномен «открытого письма» в ракурсе становления «hurried culture»

Е. А. Порпулит

Аннотация. В научной статье выделены определенные тенденции и закономерности «открытых писем»; подчеркнута predisposition акторов социальных сетей выбирать минимально затратные с точки зрения времени способы демонстрации личной гражданской активности и общественной инициативности.

Ключевые слова: открытое письмо, эпистолярно-медийные тексты, Facebook, «hurried culture», имитация общественной инициативы.