

## ПРО ВІРТУАЛЬНУ КОМУНІКАЦІЮ В МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Горіна Ж.Д., Іскова М.А., Одинець М.П.

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

У статті розглянуто особливості комунікації в соціальній мережі Instagram у сегменті, призначеному для організації спілкування між індивідуальними користувачами. Висунуто припущення, що головними прикметними рисами розглядуваної віртуальної комунікації є самопрезентація мовної особистості, інтегрування візуальних образів зі словесними з різним ступенем їх домінування.

**Ключові слова:** Інтернет-комунікація, соціальні мережі, Instagram, блогінг, хештег.

**Постановка проблеми.** Сьогодні цілком очевидним є факт інтеграції інтернет – ЗМІ й соціальних мереж, оскільки і ті й інші поєднані такими специфічними ознаками, як мультимедійність, інтерактивність і властивості гіпертексту. У цій своїй єдності вони визначають унікальність мережевих ЗМК як нових медіа в середовищі так званих традиційних.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній лінгвістиці чітко окреслилася галузь «медіалінгвістика», яка позиціонує себе як новий напрям, що стрімко розвивається, привертаючи дедалі більшу увагу дослідників (Г. Бакулев, А. Белл, О. Горошко, Т. Добросклонська, Н. Кузьміна, М. Маклюен, Г. Почепцов, Н. Чичеріна, М. Яцимирська). Природно, що найбільш сприятливим й очевидним матеріалом для досліджень слугує Інтернет, який завдяки різноманітності виконуваних функцій, становить не лише засіб масової інформації, але й засіб масової комунікації, еру якій започаткували інтернет – ЗМІ та соціальні мережі. Завдяки інтернет-комунікації, як особливій формі віртуальної взаємодії, здійснюється безпосередній та опосередкований контакт індивідуума з соціумом, обмін інформацією, усталення контактів і, як слушно зауважує В.Б. Кашкін, «правильніше за внутрішньою формою терміна говорити про те, що ми просто прагнемо поділитися думками, розділити з кимось свої почуття [2, с. 1].

На сьогодні простежуємо істотний вплив на соціальні процеси такого типу комунікації, як масова. Це почасти можна пояснити задоволенням інформаційних потреб різних верств населення, орієнтацією на цільову аудиторію, розширенням інтерактивних можливостей завдяки функційним особливостям всесвітньої мережі. На відміну від інших типів комунікації, масова пронизує всі сфери життя людини, вирізняється своєю гнучкістю та швидким процесом адаптації до нових умов. «Якщо ми розглянемо всі типи комунікації у вигляді піраміди, то масова комунікація є її вершиною, де перехрещуються й інтегруються інтереси та очікування всіх індивідумів – членів різноманітних соціальних структур» [3, с. 126]. Утім, мережева комунікація як масова – а її можливо втлумачити як таку за наявності значної кількості реципієнтів, які отримують повідомлення (френди, фоловери, друзі друзів) – відрізняється специфічною метою від звичайної масової комунікації: передовсім прикладом самопрезентації мовної особистості у вигляді такого собі селфі-тексту.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Інтернет-комунікацію відрізняє поліадресатність, доступність самовираження, наявність налагодженого зворотного зв'язку, швидкість передавання й надходження інформації, регулярність її оновлення, у зв'язку з чим дослідження комунікації в Інтернеті, зокрема її віртуальної модифікації в соціальних мережах, згодом може виокремитися в особливий науковий напрям в аналізі феномену мовної особистості, зокрема особливостей її комунікативної поведінки в соціальних мережах.

**Мета статті:** дослідити особливості комунікації в мережі Instagram.

**Виклад основного матеріалу.** На перших етапах своєї появи соціальні мережі, на нашу думку, виступали переважно як джерело інформації, напр., Twitter – додаткове джерело інформаційних приводів або злободенних тем, Facebook – для пошуку експерта з будь-якої теми, Однокласники.ru і ВКонтакте – для виходу на потрібних ньюсмейкерів через їхнє оточення і под. Ресурс Instagram на початку свого існування переважно виконував функції додатку для розміщення світлин, про що, зокрема, зазначає Ден Фроммер у праці «Here'sHowToUseInstagram»: «Instagram – соціальна мережа, основою якої є обмін світлинами, що дозволяє користувачам розміщувати фото, використовувати різноманітні фільтри, а також поширювати їх на сторінках інших сервісів» [5]. Але згодом він видозмінився відповідно до нових соціально-комунікативних запитів й ефективний зворотний зв'язок було досягнуто тим, що інформація про уподобані світлини стала відкритою для підписників (фоловерів) уподобаної сторінки. Так, серед особливостей досліджуваного сервісу нашу увагу привернули такі:

1. Можливість у процесі редагування світлини надання розгорнутого повідомлення, що, зрештою, спричинило появу блогінгу як діалогової форми спілкування:

1.1. Відкрите коментування із залученням масової аудиторії. Наприклад, для відповіді іншому користувачеві достатньо лише обрати символ «@» із зазначенням його нікнейму («відповісти@iren\_muza»).

1.2. «Історії» («stories»), що передбачають додавання актуальної на часі інформації у форматі світлин та відео із подальшим редагуванням (переважно із залученням тексту – підписів, пояснень, приписів, звертань).

1.3. Прямі трансляції не лише від користувачів, а й організацій, установ, корпоративних

об'єднань. Зокрема, всесвітньо відома наукова спільнота NASA перебуває в безперервному відкритому доступі для фоловерів, зацікавлених останніми науковими відкриттями.

2. Хештеги як ефективний спосіб просування нової продукції для продажу, здійснення маркетингових операцій, анонсів масових заходів або тематичного структурування інформації особистих блогів за рубриками. Як зазначає А.П. Атягіна: «Завдяки хештегам можливо донести інформацію до людей, які не є в списку ваших читачів (фоловерів), до засобів масової інформації» [1, с. 292].

3. Зв'язок за допомогою повідомлень у приватному режимі (direct).

4. Наявність рекомендацій для користувача відповідно до кола його уподобань, інтересів, хобі, оскільки алгоритм соціальної мережі фіксує переглянуті сторінки та світлини і пропонує тематично схожу інформацію.

5. Інтеграція з іншими сервісами (зокрема, мережею Facebook).

Блогінг у мережі Instagram набув неабиякої популярності саме завдяки можливості подавати розгорнуті описи до світлин без обмежень у використанні символів (як, скажімо, в мережі Twitter). Особливістю блогосфери є не лише інформативна функція текстової частини, а й вплив на погляди, емоційно-чуттєвий світ адресата повідомлень. Особисті блоги та публічні акаунти, як елементи масової комунікації, містять також оцінку інформацію, адже «масова комунікація, потлумачена як один із різновидів спілкування, є передовсім соціально зумовленим явищем з основною функцією впливу через смислову й оцінку інформацію» [3, с. 126].

Повідомлення (пост) має доволі усталену структуру. Фото, зроблене частіше телефоном, є обов'язковим для розміщення із можливістю додавання опису до нього. Утім, на сьогодні простежуємо і тенденцію до збільшення текстової частини, її перевагу над іконічною у сфері блогінгу. Іконічний компонент (фото, розділові знаки, символи, смайлики, що відображають емоції та настрої) здебільшого реалізує атрактивну функцію, тоді як роль вербальних компонентів стає першорядною.



229 вподобань

stary\_lev Книгарня-кав'ярня Старого Лева у Дніпрі святкує День народження 🎉🎂🍰

Дописувач, формулюючи тему висловлювання, враховує інтереси користувачів, фіксує її за допомогою так званих хештегів як ключових слів посту,

що автоматично вводить це повідомлення до єдиного корпусу інформації, пов'язаної із хештегом:

**Olena grubchak** надихаюсь людьми 🙌, які саме мене приваблюють люди?! в першу чергу – це сміливі, в плані самовираження, в плані не ставлення себе в рамки, люди яким начхати на думку оточуючих, які перевертають своє життя з ніг на голову 🤪 люди, які коли їм чогось хочеться, вони беруть і роблять це, не думаючи, а як я виглядатиму зі сторони «!) Я часто заздрю вам, бо я не завжди така. Коротше, я від вас в кайфі 🤪.

**#ленканемирущафся #eyes #girl #people #kicks #sun #tatoogirl**

Посилання ж на інші аканти свідчать про наявність зворотного віртуального зв'язку в мережі, залучення інших активних учасників до дискусії, обговорення нагальної проблеми або для обміну ідеями. Напр:

**svyatooyko** Хей, друзі, я тут балакаю з **@sashaalexaa** та **@blogmayster** і вони мені радять створити навігацію по профілю, як у всіх «нормальних» блогерів 🤪. Як ви думаєте, варто це зробити? Щоб були рубрики про стосунки, про заклади, про вечірки, тренування, харчування і т.д.? Завтра напишу продовження історії нашого з Любашею знайомства і давайте придумуємо хештег наших стосунків 😊. За фото вдячний **@mary23land** 🙌

Публічна сторінка (паблік) в мережі функціонує не лише для вираження поглядів або настроїв конкретної особи, що за жанром нагадують сторінки із особистого щоденника автора, основна мета пабліку – максимально швидко донести інформацію до підписників, що іноді підпорядковано комерційним цілям. Профіль, зорієнтований на масову аудиторію, пропонує послуги груп людей, корпоративних організацій, компаній, рекламуючи свою продукцію. У такому випадку можливо стає віртуальна взаємодія комунікант – конкретна організація й оперативна і своєчасна відповідь на звертання та запитання від споживача. Так, відомі українські видавництва «Старий лев» (**@stary\_lev**) та А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА (**@ababahalamaga**) з активним хештегом **#Repost** розміщують на офіційних сторінках своїх спільнот відгуки від читачів щодо якості книг, ілюстративного матеріалу та змісту художніх творів: **ababahalamaha #Repost @maple\_flame\_of\_silence**

Маю частя бути однією із найперших власниць неймовірної «Антології молодій українській поезії III тисячоліття» від **@ababahalamaha** 📖🙌

Ба більше – в цій антології серед 74 поетичних добірок на 467 сторінці можна знайти і мої вірші 🤪. Величезна подяка упорядникам Мирославу Лаяку та Івану Малковичу, адже ця книга – свідчення неабиякої сміливості та результат колосальної роботи 🙌.

Отже, простежуємо ефективний віртуальний зв'язок, що позитивно впливає на рейтинг продажу, створює необхідний імідж того чи того бренду, адже той, хто постить, неодмінно отримує лайки на знак схвалення.

Важливою складовою ефективної комунікації в мережі Instagram є інтеракція, а феномен «Liketime» на часі проведення масових розіграшів та лотерей є одним із найбільш виразних прикладів її репрезентації. Його специфіка по-

лягає в безпосередній взаємодії власників двох сторінок із формулюванням цілей для кожної зі сторінок. Наприклад, уподобати світліну, стати підписником тієї чи тої сторінки, тобто організувати виконання адресантом повідомлення узгоджених і цілеспрямованих дій для досягнення комунікативної мети: **lia\_aidaa** Liketime♥ Перший в житті🌱. Умови прості:

1. Бути підписаним на мене та лайкнути цей пост♥ 2. Написати в коментарях, щось типу «хочу лайки» чи поставити улюблений смайл, взаємна підписка👉 3. Та виконати умови попереднього учасника👍

У випадку цікавого блогера або організації йдеться про популяризацію профілю, залучення нових користувачів, стосовно адресанта – отримання знижок, взаємореклами або вираш продуктів, товарів, послуг, творчого замовлення. Часто, апелюючи до інтересів масової аудиторії, автори повідомлень здебільшого пропонують їй матеріальну винагороду:

**lastanislavska** Нарешті #Станіславська\_дарує, і в першому гіві можна виграти новесенькі, оригінальні AirPods👉 Я б собі їх забрала, але подарую комусь з своїх підписників👍 Правила, щоб виграти ці красунчики дуже прості: 1. Підписка на мій профіль @lastanislavska. 2. Відмітити в коментарях двох! реальних! друзів один раз (не потрібно відмічати тих, кого ви не знаєте, будь ласка!) 3. Лайк за це фото♥ Розіграш закінчиться, коли нас з вами буде 215 тисяч! Режим «Азарт» включено👉 Розповідайте друзям!

Беззаперечною перевагою мережі Instagram є миттєве інформування користувачів про актуальні події (запрошення на відкриття нових публічних об'єктів, майданчиків, анонси на відвідування концертів і виставок, зустрічі з відомими особистостями): **melovin\_official** Вже незабаром улюблений та містичний #Львів 15 червня (клуб Malevich – 20:00). Цікаво, а наскільки готовий зустрічати нас Львів? Ви зі мною?👉

Однією з потенційних можливостей забезпечення активної віртуальної взаємодії між користувачами відзначимо і функцію відкритого коментування, що дозволяє висловити свою думку з теми повідомлення або розширити обговорюване тематичне поле, доповнити його корисними коментарями. Здебільшого емоційне наповнення текстової частини підтверджує думку В.П. Конецької про те, що «в жанрі «коментоване повідомлення» стиль вирізняється експресивністю, оскільки поряд із логіко-аналітичною аргументацією містить й елементи образного й емоційного мовлення» [3, с. 143]:

**oksana\_saranchuk** Куди їдете? )) в останній момент все резервуємо і складаємо маршрут👍  
**lia\_aidaa** @oksanasaranchuk то маленький секрет) ближче до дати скажу👍❤️

Ой, то точно не про мене, я б здуріла, я дуже переживаю👍❤️

**oksana\_saranchuk**@lia\_aidaa це напевно, Венеція🌸🌸

**katelling** Люблю планувати, але виходить спонтанно все одно👍👍

Водночас хештеги окреслюють тематику профілів, сприяючи залученню нових користувачів. Наприклад, хештеги #inspiration, #music вказують на інтерес блогера до подорожей, музики, демонструють його здібності і компетентність. Відповідно до вищезначеного кола зацікавлень, аудиторія зі схожими смаками, рівнем інтелекту долучається до перегляду новин цієї сторінки-публіку. Правильний вибір хештегів так чи інакше індивідуалізує профіль (#odynetsmaryka, #сашинфемінізм, #старийлев, #nemo\_soda, #lickona), полегшує процес пошуку нових повідомлень та перегляд архівованої інформації.

Сумуючи викладене зазначимо, що віртуальне спілкування в соціальних мережах стало невід'ємною складовою повсякденного життя, що, у свою чергу, зумовило швидку адаптацію сервісів до нових комунікативних потреб, постійне розширення їх функційних можливостей. Мережа Instagram, що починала своє існування як додаток для світлин, сьогодні є прикладом популярної та успішної платформи як для особистого блогінгу, так і для публічної й комерційної діяльності. З-поміж особливостей та переваг комунікації в цій соціальній мережі виокремимо сприятливі умови для роботи із текстовою частиною повідомлень (відсутність обмеження кількості символів, зручне відкрите коментування), що згодом зумовило тенденцію до заміщення іконічної частини вербальною, поширення інтерактивних способів взаємодії користувачів (наявність хештегів для стислого структурування інформації й можливості розставити в повідомлюваному потрібні акценти та залучення масової аудиторії, приватний обмін повідомленнями, інтеграція з іншими відомими мережами). Активна участь користувачів у мережі Instagram стала підставою для появи конкурсів, лотерей, взаємного парування акаунтів, феномену «liketime».

Такимчином, соціальна мережа Instagram як засіб масової комунікації і просування інформації або тої чи тої теми в тренди містить значний потенціал для подальшого наукового аналізу, зокрема в аспекті лінгвістики мовленнєвого впливу та сучасної теорії аргументації.

## Список літератури:

1. Атягина А.П. Особенности коммуникации в Твиттере // Речевая коммуникация в современной России: материалы III Международной конференции (Омск, 27-30 июня 2013 г.): в 2 т. Т. 1 / под ред. О.С. Иссерс. – Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2013. – С. 285-293.
2. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: краткий курс. – М.: АСТ Восток-Запад, 2007. – 256 с.
3. Конецкая В.П. Социология коммуникации: учебник. – М.: Междунар. ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.
4. Петрова Е.И. Интернет – СМИ и социальные сети: этапы конвергенции // Коммуникативные исследования. – 2014. – № 2. – С. 128-133.
5. Dan Frommer. Here's how to use Instagram [URL]: <http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11?IR=T>.

**Горина Ж.Д., Искова М.А., Одинец М.П.**

Государственное учреждение «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К.Д. Ушинского»

## **О ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ INSTAGRAM**

### **Аннотация**

В статье описаны особенности коммуникации в социальной сети Instagram в сегменте, предназначенном для организации общения между индивидуальными пользователями. Высказано предположение, что основными отличительными чертами рассматриваемой виртуальной коммуникации являются самопрезентация языковой личности, интеграция визуальных образов со словесными в разной степени их доминирования.

**Ключевые слова:** Интернет-коммуникация, социальные сети, Instagram, блоггинг, хэштеги.

**Gorina Zh.D., Iskova M.A., Odinets M.P.**

South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushinsky

## **ABOUT VIRTUAL COMMUNICATION ON INSTAGRAM**

### **Summary**

This article explains characteristics of communication on social networking service Instagram in the part for communication between individual users. The authors believe that the main features of the considered virtual communication area self-presentation of the linguistic personality, the integration of a word and visual images with the different level of domination each of elements.

**Keywords:** Internet communications, Instagram, social network, blogs, hashtags.