

УДК 316.356.2

К. В. НАСТОЯЩА

## КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ФАКТОРИ ТА ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ

*Стаття присвячена аналізу комунікативних практик соціальних мереж, факторам і векторам її трансформації. Визначено, що комунікативна практика – це, перш за все, соціетальна практика, практика, спрямована назовні, базовою функцією якої стає смислопродукування як означення, маркування, смислів. Аналізуючи мережеві комунікативні практики, автор доходить висновку, що для них характерні фрагментарність, знакозаміщення (смайлики), полістилістичність, симулятивність, декларативність, часто вони мають іміджевий або технічний характер.*

**Ключові слова:** комунікативні практики, інтернет-простір, соціальні мережі, трансформація комунікативних практик.

Для сучасної соціології динамічність соціальності – одне з головних питань. Якраз наголос на тому, що соціальне є процесуальним, на цей момент набуває дедалі більшої «злободенності». У праці «Соціологія за межами суспільства» Дж. Урі говорить про те, що вивчення статичного суспільства зараз не є актуальним, натомість краще досліджувати його динамічні складові, такі як «мережі», «потокі», «рухи» [1]. Комунікативні практики в соціальних мережах – це те, що зараз тим більше нарощує обсяги рухів, трансформуючи комунікативний простір суспільства загалом. Адже комунікативні практики соціальних мереж самі по собі не просто впливають на особу агента, а демонструють можливості переструктуризації всього комунікативного простору, але перше ніж ми перейдемо безпосередньо до аналізу цього процесу й такого солідного висновку, з'ясуємо, що саме ми розумітимемо під поняттям комунікативних практик і яка їх специфіка в соціальних мережах.

**Метою статті** є аналіз специфіки комунікативних практик соціальних мереж, тенденцій і факторів їх трансформації.

З-поміж сучасних українських дослідників процесів в інтернет-просторі можна назвати О. Горошко, С. Коноплицького, А. Тащенко, Л. Хижняк, С. Шевченко, В. Щербину, С. Ягодзинського; з-поміж російських – А. Бондаренко, Д. Іванова, А. Лавренчука та ін. Власне комунікативним практикам присвячені праці сучасних українських учених: Б. Мотузенко, О. Личковської, Н. Коваліско, І. Чудовської та ін.

На основі аналізу праць апологетів теорії практики, як класиків (до цього списку включимо П. Бурдьє, В. Вахштайна, Ж. Делеза, Г. Гарфінкеля, К. Гірца, І. Гофмана, Е. Дюркгейма, Н. Еліаса, М. Мосса, А. Реквіца, М. Фуко, Г. Хайдегера, А. Шюца), так і сучасників (Б. Латура, В. Вахштайна, В. Волкова і О. Хакордина, Д. Гінева та ін.), ми можемо виділити такі критерії практики, які визначають її як таку й вирізняють її від різноманітності дій

та рухів: перше – неусвідомлюваність, друге – автоматизм виконання, третє – повторюваність, четверте – культурозумовленість, п'яте – тілесність, шосте – рухливість, сьоме – індексичність, вимірюваність, восьме – правилозумовленість, конвенційність.

Тут треба зауважити, що рівень практики – це макрорівень соціальності, а він потребує того, щоб, крім генералізованих значень, сенсів, таких, наприклад, як габітус П. Бурдьє [2], враховували також емоціональні стани й ментальні схеми, які є ситуативними. Хоча, як тільки озвучується подібна належність, моментально постає питання співвідношення мікро- (що є «практиками») і макро- (що є «структурою») компонентів. Зазвичай структуру визначають як «сильніший» концепт, оскільки нею детермінуються практики. Але разом з тим, за словами Т. Берарда, все насправді не так просто – доречним буде обережне поєднання мікротеоретичних думок у сфері етнометодології П. Бурдьє і макротеоретичних роздумів Е. Гіденса [3], заглиблення в яке хоч і не є предметом нашого аналізу, але до якого ми ще будемо повертатися.

Отже, практика – це неусвідомлювана, автоматична дія, яка має заданий, жорстко повторюваний культурно зумовлений алгоритм виконання й утилітарну, прагматичну мету. Говорячи про мету як про набір функцій, ми, звісно, не можемо не згадати останні, які в сукупності можна звести до енергозберезувальної, конвенційної (вона ж структуровідтворювальна) та смисловідтворювальної (що зумовлено культурною детермінованістю, адже кожна практика – це обов'язково культурна форма) функцій. Це коротко про саму практику. Але що таке практика комунікативна?

Якщо звернутися до англійської мови, у ній є такий термін, як «communication», що латинською звучить як *communicatio* і якій є похідним від слова *communis* (буквально означає «спілкуюся, зв'язую, узагальнюю»). Тоді виходить, що українською це слово означає передачу один одному (у групі з двох чи більше осіб) ідей, інформації, поглядів у пов'язаній тим чи іншим контекстом цілеспрямованій формі. Зазвичай його вживають для позначення взаємодії, спілкування між людьми.

Комунікацією називають діяльність за участю однієї чи більше сторін, у якої є певна мета (можливо, навіть неусвідомлювана), і при якій за допомогою різноманітних способів отримують та відправляють ті чи інші повідомлення; вони існують у певному контексті, передбачають наявність зворотного зв'язку, деяким чином впливають на отримувача, можуть «викривлятися» через шум. Повідомлення в усіх без винятку випадках комунікації поділяються на три рівні: 1) ролі (відносини між людьми, які ними обмінюються); 2) емоції; 3) інформаційне навантаження [4, с. 167].

Комунікацію, крім особливостей елементів, які її формують, оцінюють також за допомогою різновидів, галузей. Так, вона може бути масовою, міжкультурною, груповою, внутрішньоособистісною, суспільною, організаційною, міжособистісною.

Також комунікація завжди є дією. Наприклад, алгоритм «комунікативної дії» Ю. Хабермаса – це проект інтерсуб'єктивності, за допомогою якого моральна свідомість, що є виміром людини, буде інтегрована як у загальний суспільний прогрес, так і в окремі суспільні інституції [5]. Комунікація – дія, і якщо ця дія є унікальна, неповторювана й специфічна, то вона так і залишається одноразовою, випадковою, ситуативною дією. А якщо дія повторюється, дублюється, тиражується, автоматизується, вона стає практикою.

Отже, якщо визначати спрощено, то комунікативна практика – це практика взаємодії, практика декларування й обміну інформацією. Таким чином, комунікативна практика – це, перш за все, соціетальна практика, практика, спрямована назовні, на соціальний простір, на іншого, практика, базовою функцією якої стає смислопродукування як означення, маркування, декларування тих чи інших смислів. Тут треба зробити відступ і зазначити, що кожна практика апріорно закодована в смисл, бо є культурно детермінованою, але практика комунікативна цей смисл активно позиціонує, декларує, передає. У цьому сенсі комунікативна практика завжди орієнтована на взаємодію, відповідь. Найпримітивнішим прикладом комунікативної практики є різноманітні форми ввічливості, такі як привітання, прощання тощо. Але комунікативні практики такими формами не обмежуються, вони маркують значно ширше коло взаємодії, але й у цьому випадку їх треба диференціювати від норми, правила, ритуалу, обряду, окремої, випадкової дії й загальної комунікативної діяльності.

Якщо повертатися до практик і враховувати взяті за основу базові твердження, то потрібно зауважити, що динаміка різновекторних соціальних змін є незворотною, а отже, одні практики зникають, інші змінюються, треті з'являються, четверті привносяться ззовні й також змінюються, трансформуються. Подібний акцент фокусу досліджень характерний для сучасної соціології, оскільки в «плинності», яка зазнає частих і докорінних трансформацій сучасності, повсякденність посідає особливе місце. А значить, і практики, як невід'ємна частина повсякденності, перебувають у центрі уваги. По-перше, вони, незважаючи на їх збереження в структурах рутинності й традиційності, набувають властивостей «плинності», тобто починають досить швидко (порівняно з колишніми типами суспільства) змінюватися, вбираючи в себе новітні інформаційні технології [6, с. 311] і глобальні інкультурації. По-друге, сам концепт повсякденної практики має певну «гнучкість», надаючи змогу об'єднувати глобальне і локальне, «структуру» і «життєвий світ», плинність і стабільність [6]. Так, комунікативна повсякденна мережева практика стає об'єктом – маркером латентних змін, глобальних тенденцій і трансформацій. Відповідаючи на питання, чому так відбувається, звернемося до визначення мережевої комунікативної практики.

Почнемо з відмінностей комунікації в Інтернеті від звичайної комунікації. Тут важливо зазначити, що віртуальна реальність сама по собі є

специфічною. Так, як універсальні властивості віртуальної реальності Д. Іванов пропонує виділити три характеристики:

- нематеріальність впливу (зображуване створює ефекти, характерні для речового);
- умовність параметрів (об'єкти штучні й змінювані);
- ефемерність (свобода входу/виходу забезпечує можливість переривання й відновлення існування) [7].

І тут важливо звернути увагу на те, що практично всі дослідники у зв'язку з розширенням Інтернету відзначають фактор утворення нових форм комунікативної поведінки в кібекультурі, де панують горизонтальні зв'язки та відсутні територіальні, ієрархічні й часові межі. Проте різновиди спілкування в мережі, крім комунікаційної спрямованості (полі-, діа-, монологічні) й інтерактивності (офлайн, онлайн), відрізняються один від одного ще за рівнем відвертості (приватні, публічні). Також електронний простір дає користувачу бажаність контактів, стовідсоткову добровільність – він має змогу перестати спілкуватись коли завгодно, що не притаманно «справжньому» позамережевому спілкуванню; можна розмовляти одночасно з багатьма іншими користувачами, скільки завгодно вибирати серед величезного числа потенційних співрозмовників; завдяки контактуванню різних культурних верств непомітно стираються культурні межі [4, с. 20].

Визначний експерт з медіа-екології, який досліджував вплив онлайн-спілкування на особистість, особливості її моральної, етичної поведінки, – Н. Постман зазначав, що інформація, яка знецінюється через поширення електронної комунікації, погано впливає на загальноприйняті цінності. Спілкуватися, знаходити необхідні дані стало набагато простіше, чим людство повинно завдячувати Інтернету; ми весь час користуємося мультимедійними технологіями, хоча Інтернет призводить до гіперіндивідуалізації [10].

Ідеться про те, що тотальний світовий процес глобалізації сформував зі світового культурного простору єдину смислову надбудову – глобальну ойкумену (У. Ганнерс). Так, різні культури, різні суспільства отримали єдину, всім зрозумілу мову спілкування, єдиний культурний дискурс – соціальні мережі, в яких формується нова ідентичність – глобоіндивідуалізація.

Те, що при сучасній глобалізації «синхронно» стають сильнішими полярні соціально-культурні напрями, імовірно, пояснюється окріпшою свободою особистого вибору, наслідком чого стає все більша непередбачуваність, варіативність, хаотичність, детермінованість переваг угруповань і особистостей, пов'язаних із поведінкою, мотивацією, цінностями. Відносини між людьми стають усе більш тимчасовими, фрагментарними. Але не тільки це є характерним для комунікацій у соціальних мережах.

Оскільки зв'язки між особами різних цивілізацій, національностей, культур стають усе більш інтенсивними й широкими, вони, з одного боку, набувають функціональності, з другого – знеособлюються. Наявність соці-

альних мереж дає можливість постійно контактувати з усіма куточками Землі, далекими спільнотами, культурами, громадянами будь-якої країни. Безперечно, завдяки цьому стає можливим формування груп, які поєднують усепланетарні, масштабні завдання, яким не можуть стати на заваді бар'єри, пов'язані з культурними, етнічними, національними відмінностями. Проте ми спостерігаємо процес, за якого функціональні інформаційні контакти нерідко супроводжуються психологічним відстороненням з боку всіх сторін, виміщаючи звичні групові контакти, які відзначалися обопільним співчуттям, сильнішою або слабшою солідарністю.

Загалом, якщо говорити про притаманні інформаційному суспільству сучасні комунікативні практики, то вони, на думку Сегодеевої, усе більше набувають нових рис, пов'язаних з віртуалізацією соціального життя. Соціокультурна віртуалізація, як будь-який глобальний процес, різноманітна у своїх проявах і неоднозначна в оцінках. Однак, не фокусуючи уваги на її аксіологічних аспектах, можна, на думку дослідниці, відзначити такі зміни комунікативних практик: «розширення можливостей соціалізації, ускладнення механізмів конструювання ідентичності, розширення простору моделювання суб'єктивності в різних сферах професійної й соціокультурної діяльності» [6]. І в цьому сенсі не можна не погодитись з дослідницею в тому, що все це «істотно розширює культурний топос повсякденності, породжує нові сутнісні центри, змінює спосіб мислення та структуру ціннісних пріоритетів» [6].

Так, крім першого нашого базового твердження про те, що в соціальній реальності, у повсякденності, як власне і в історичному часі, якщо розглядати онтологію в оптиці фіксації змін і рухів, трансформації відбуваються постійно, ми додамо позицію про тотальну віртуальну глобалізацію, яка зв'язує в один вузол полістилістичну культури ойкумени. І цим вузлом, вузлами постають у нашій уяві саме соціальні мережі, у просторі яких і функціонують нові комунікативні практики, вибудовуючи нову реальність.

Ще один аспект питання: комунікативні практики соціальних мереж зазнають змін також через те, що змінюється саме суспільство, тобто вони трансформуються завдяки зовнішньому впливу. Подібними «перетвореннями» людства цікавився Ж. Бодрійяр; саме він висунув нову концепцію «споживацтва» століття інформаційних технологій з рисами, якими наділене суспільство споживання (хоча першими, хто концептуально сформував «споживацьку» проблему, були вчені франкфуртської школи). Ішлося про такі особливості:

- зменшення робочого дня (відповідно, збільшення вільного часу);
- зростання статків громадян (більша кількість «вільних» грошей, за які можна поїхати у відпустку, відпочити у вихідні чи післяробочий час, купити ту чи іншу потрібну річ);
- майже все навколо передвоюється на товар, який можна продати;

- особа демонструє стиль життя, образ за допомогою споживчої практики;
- в основі ідентифікації людини лежить не робота, а те, як вона проводить вільний час, що купує;
- спосіб життя, особливості споживання – прикмети, за якими можна визначити соціальну позицію особи;
- споживацькі зразки виступають як основи соціальної нерівності;
- становище споживачів вигідніше за становище виробників, вони є авторитетнішими [12].

Так, особа зі споживацькою психологією, що має у своєму розпорядженні велику кількість вільного часу, намагається максимально розширити сферу своїх інтересів. Причому переважна їх кількість – «занадто» віртуальна, і майже не перетинається з реальністю, а тому перетворюється на нову її форму. На основі цього й виникає такий термін, як симулякр, запропонований Ж. Бодрійяром як визначення віртуального. У праці вченого «Символічний обмін і смерть» подано визначення симулякра, а також симуляції [12]. За словам вченого, принцип реальності, що панував раніше, змінився принципом симуляції, який керує сучасними людьми; більше немає цільових установок, нас створюють моделі; ідеології зникли, лишилися тільки симулякри. Для дослідника важливо віднайти принцип, що керує становленням симулятивного. Цей принцип, як він вважає, – невпинне тиражування, створення копій, і за ним все-таки ховається структуралістський «виворіт» реальності, що є недостатньою чи надмірною, логіка обміну або дарування тощо.

У контексті нашого розгляду вартій уваги підхід французького вченого, якому за допомогою терміна «гіперреальність» вдалося продемонструвати: знакова репрезентація об'єкта, його майстерне, правильне технічне відтворення формують ще один об'єкт, який є симулякром, – і він реальніший за справжнє реальне. Тому Ж. Бодрійяр застерігає від поглинення віртуальним справжнього, що базується на регулярному гіпервиробництві, збільшенні швидкості обігу знаків, комунікацій, які стають ще більш інтенсивними [12].

Інші дослідники вважають, що ми вже знаходимося по той бік *tu-self*, що є останньою лінією захисту особистості, Самість руйнується, особа цілком відмежовується від себе. За Р. Сеннетом [13], руйнування цілісного Я, після якого уже неможливо все повернути назад, – шлях до особи, яка губиться в численних імперсональних відносинах, зв'язках, до виконавця ролі, що не ототожнює себе із собою, називається «корозією характеру». Розглядаючи питання «падіння публічної особи» [13], Р. Сеннет «виводить» звичайну постмодерністську максиму про кочівника, «іронічну особу», а також номадизм, що є небуденним засобом існування особистості в сучасних умовах. На його думку, сучасна соціальність передбачає невірні уявлення про суспільне й інтимне, втрату чітких кордонів між особистим і публічним, а це є ознаками важкої соціальної хвороби.

Втрата принципів, особливостей, що дають змогу ідентифікувати особистість, призводить до особистісної трансформації, яка є наслідком спілкування через електронні засоби. Видозмінюються комунікативні стратегії, засоби мови, причиною чого стають регулярні контакти з багатьма користувачами, простота обміну даними через поштові сервіси, бажання охопити великий обсяг інформації, присутньої в Інтернеті. Спілкування стало простішим, мова змінилась не на краще, оскільки при написанні постів і повідомлень часто упускаються розділові знаки, великі літери, для швидкості і простоти використовуються скорочення. Мовні засоби не «збігаються» із жанром, стилем повідомлень, не дотримуються норми етикету, спілкування відбувається без поваги до співбесідників; грамотність втрачається, тому що граматику, правопис перевіряють програми [13].

Використовуючи можливості, що їх надає Інтернет, особистість переміщається в досі невідомі виміри, оголошуючи про те, що її ідентичність змінилась, і що вона, користуючись інформаційними технологіями, може компенсувати малу кількість якісних вербальних даних даними візуальними, які були отримані за допомогою мультимедійних засобів. Крім того, оскільки особа отримує можливість інтерактивно співпрацювати з інформаційним джерелом, виникають проблеми з озвучуванням власних думок, сприйняттям слів інших.

Збільшення кількості контактів між різними культурами, яке пояснюється тим, що в Інтернеті не окреслюються території, стираються культурні межі, змінює комунікативні практики, породжуючи симулятивні їх форми.

Наслідками пошуків необхідних даних, онлайн-спілкувань може ставати засмічення Інтернету мовами, якими користуються лише на одному ресурсі, шкідливими програмними кодами, жаргонами тощо.

Практики імпровізації життєтворення, як підвид соціетальних практик у віртуальному просторі, зараз набувають усе більшої популярності. Оскільки мережа Інтернет надає змогу перетворитися на будь-кого, вигадавши для себе псевдонім, становище в суспільстві, хобі, стать, вік, образ, молодь формує велику кількість «мережевих» індивідуальностей. У соціальних мережах можна проживати одразу два чи більше життів, вигадавши декілька героїв з унікальними біографіями, у яких будуть різні підписники, друзі. Це досить приваблива й зовсім нескладна в реалізації можливість набутти досвіду у творенні свого життя шляхом виконання невідомих досі ролей, імовірно, неможливих у реальності. Особи, що стоять за несправжніми персонажами, отримують задоволення від визнання, викладаючи на своїх сторінках світлина, музичні треки, поезію, пісні – свої або чужі. Їх радують коментарі, перепости, лайки, численні «друзі», хоча комунікабельність цих людей у «реальності» не надто висока. І хоча все нова діяльність у комунікативній, нормативно-регулятивній, ціннісно-смысловій галузях особистості за своєю суттю є авантюрою, для творців онлайн-героїв

вона не становить небезпеки, це не приносить їм дискомфорту. Вони вважають, що подібна цікава практика майже нічим їм не загрожує.

**Висновки.** Отже, підсумовуючи короткий аналіз мережевих комунікативних практик, варто визначити їх спільні особливості. Так, назагал вони характеризуються фрагментарністю, знакозаміщенням (смайлики), полістилістичністю, симулятивністю, декларативністю, мають іміджевий або технічний характер, орієнтовані на трансідентичність (глобоіндивідуалізація). Мережеві комунікативні практики є маркерами соціально-психологічних змін особистості, меланж-ефекту реальних і віртуальних ролей та статусів, гібридизації ідентичностей. На трансформацію комунікативних практик у соціальних мережах впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Як динаміка трансформації самих мереж і диспозиції агентів комунікативного простору соціальних мереж, так і глобальні зміни соціальності суспільства, модуляції й тенденції розвитку загального комунікативного поля цивілізації, – процеси віртуалізації.

Перспективи подальших розробок полягають у вивченні подальших тенденцій трансформацій комунікативних практик соціальних мереж, виїх специфіки в міжособистісних і міжгрупових інтераціях, евристичного потенціалу макерів віртуалізованих стилів життя й комунікативних патернів поведінки, поширених у соціальних мережах.

#### **Список використаної літератури**

1. Urry John *Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century.* London and New York : Routledge, 2000. 255 p
2. Бурдые П. Практический смысл / пер. с фр. А. Т. Бикбова, К. Д. Вознесенской, С. Н. Зенкина, Н. А. Шматко ; общ. ред. и послесл. Н. А. Шматко. Санкт-Петербург : Алетейя, 2008.
3. Berard T. J. On multiple identities and educational contexts: remarks on the study of in equalities and discrimination. *Journal of Language, Identity, and Education.* 2005. № 4 (1). P. 67–76.
4. Коноплицкий С. М. Проблема виртуализации в социальной структуре современного общества. *Проблеми розвитку соціологічної теорії. Теоретичні проблеми змін соціальної структури українського суспільства* : наук. доповіді і повідомлення II Всеукр. соціол. конф. / Соціологічна асоціація України, Ін-т соціології НАН України ; М. О. Шульга (наук. ред.) та ін. Київ, 2002. С. 163–166.
5. Хабермас Ю. Демократия, разум, нравственность. Москва : Логос, 1995. 252 с.
6. Сегодеева Е. А., Мищенко Е. Ю. Социокультурная реальность общества потребления. *Вестник Адыгейского государственного университета. Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология.* 2015. Вып. 3 (163). С. 38–42.
7. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Санкт-Петербург : Петербургское Востоковедение, 2000. 96 с.
8. Михайлов В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества. *Актуальные проблемы теории коммуникации* : сб. науч. тр. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 34–52.
9. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление. *Вопросы философии.* 2008. № 7. С. 61–75.
10. Postman N. *The Disappearance of Childhood.* New York : Vintage Books, a division of Random House, Inc., 1994.
11. Бодрийяр Ж.-П. Символический обмен и смерть. Москва : Добросвет, 2000. 387 с.



12. Сеннет Р. Падение публичного человека. Москва : Логос, 2002. 424 с.

13. Шейгал Е. И. Компьютерный жаргон как лингвокультурный феномен. *Языковая личность: культурные концепты* : сб. науч. тр. Волгоград ; Архангельск : Перемена, 1996. С. 204–211.

Стаття надійшла до редакції 26.12.2017.

---

**Настоящая К. В. Коммуникативные практики социальных сетей: факторы и векторы трансформации**

*Статья посвящена анализу коммуникативных практик социальных сетей, факторам и векторам ее трансформации. Определено, что коммуникативная практика – это, прежде всего, социальная практика, практика, направленная во вне, базовой функцией которой становится смыслопродуктивное как определение, маркировка смыслов. Анализируя сетевые коммуникативные практики, автор приходит к выводу, что они характеризуются фрагментарностью, знакозамещением (смайлики), полистилистичностью, симулятивностью, декларативностью, часто носят имиджевый или технический характер.*

**Ключевые слова:** коммуникативные практики, интернет-пространство, социальные сети, трансформация коммуникативных практик.

**Nastoiashcha K. Transformation of Communicative Practices of Social Networks: Factors and Vectors**

*Communicative practices of social networks, in themselves, not only affect the identity of the agent, but also demonstrate the possibilities of restructuring the entire communicative space. It should be noted here that the level of practice is the macro level of sociality, and it requires that, in addition to generalized meanings, senses, such as habitus P. Bourdieu, emotional states and mental schemes that are situational are also taken into account. So, if defined simplified, then communicative practice is the practice of interaction, the practice of declaring and exchanging information. Thus communicative practice is first of all societal practice; the practice is directed to the outside, on social space, on the other. Practice with the basic function of which becomes the production of semantic determinations, as definitions, marking, and declarations of certain meanings. And here it is important to draw attention to the fact that virtually all researchers in connection with the emergence of social network noted the formation of new forms of communicative practices in kibeculture, where the horizontal ties dominate and there are no territorial, hierarchical and time boundaries. However, the varieties of communication in the network, apart from the communication orientation (poly-, dia-, monologic) and interactivity (offline, online), differ from each other even in the level of openness (private, public). Also, electronic space gives the user the desirability of contacts, one hundred percent voluntary – he is able to stop talking whenever not necessary for «real» offline communication; you can speak simultaneously with many other users, as much as you want to choose among a huge number of potential interlocutors; Due to the contact of different cultural backgrounds, the cultural boundaries are clearly blurred. Summarizing a brief analysis of network communication practices, it is necessary to determine their common features. So, in general, they are characterized by fragmentation, familiarity (smileys), polystylism, simulations, declarative, are image-like, or technical, oriented to trans identity (global individualization). Network communication practices are markers of socio-psychological personality changes, melange-effect of real and virtual roles and statuses, hybridization of identities. The transformation of communicative practices in social networks is influenced both by external and internal factors. As the dynamics of the transformation of the networks themselves and the disposition of agents of the communicative space of social networks, as well as global changes in the social community, modulation and trends of the development of the general communicative field of civilization, virtualization processes, etc.*

**Key words:** communicative practices, internet-space, social networks, transformation of communicative practices.