

МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Сергій Матяш  
Лілія Кузнєцова

**ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО  
ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ**

Монографія

КИЇВ 2025

УДК 316.61-044.922:044.738.5

МЗЗ

Рецензенти:

*Бурназова В. В.* – канд. пед. наук, доц., завідувачка кафедри сценічного мистецтва і культури КНУТД;

*Кулиняк М. А.* – канд. мистецтвознавства, доц., директор Навчально-наукового інституту сучасного мистецтва НАКККІМ.

Рекомендовано Вченою радою Київського національного  
університету технологій та дизайну  
(протокол №6 від 26.02.2025 р.)

Матяш С. В., Кузнєцова Л. А.

МЗЗ Трансформації соціокультурного простору: мережевий світ та інформаційні практики: моногр. / С. В. Матяш, Л. А. Кузнєцова, Київ: КНУТД, 2025. 160 с.

ISBN 978-617-7763-46-7

Які принципові зміни відбуваються у сфері соціокультурного життя сучасного суспільства під впливом цифрових технологій та розвитку мережевих комунікацій? Що таке віртуальний простір і як він впливає на соціальну взаємодію?

Яку роль відіграє блогосфера у віртуалізації культури особистості, трансформації її ідентичності та самовираженні?

Ці та низку інших питань аналізують автори пропонованої монографії, яка буде корисною дослідникам соціокультурних процесів, фахівцям у сфері цифрових комунікацій, а також усім, хто цікавиться впливом інформаційних технологій на сучасне суспільство.

УДК 316.61-044.922:044.738.5

ISBN 978-617-7763-46-7

© Матяш С. В., Кузнєцова Л. А., 2025

© КНУТД, 2025

## З М І С Т

ВСТУП	4
<b>РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА</b>	
1.1. Соціокультурний капітал та сучасні комунікації: теоретичний аспект	12
1.2. Головні компоненти інформаційного простору в мережевому світі	26
1.3. Інформаційне суспільство та Інтернет	41
<b>РОЗДІЛ 2 ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНА РЕАЛЬНІСТЬ</b>	
2.1. Поняття віртуального та його соціокультурні чинники	51
2.2. Обмеження та можливості віртуального світу	63
2.3. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій	75
<b>РОЗДІЛ 3 ЛЮДИНА В ПРОЦЕСАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ</b>	
3.1. Розвиток культурних практик в мережевому світі	104
3.2. Віртуальний простір і культурні комунікації	114
3.3. Віртуалізація культури як головний тренд соціокультурного статусу людини	124
<b>РОЗДІЛ 4 ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩЕ ЯК БАЗА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ НАЦІОНАЛЬНОГО АКАДЕМІЧНОГО ТЕАТРУ ОПЕРИ ТА БАЛЕТУ ІМ. Т.Г. ШЕВЧЕНКА)</b>	138
ВИСНОВКИ	146
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	152

## ВСТУП

З плином часу відбувається не тільки лінійна зміна епох, але й трансформація інформаційного простору, який відіграє ключову роль у сучасній культурній динаміці. Цей простір підживлюється інноваційними методами масової комунікації, які відрізняються від застосованих у минулому, маючи значний вплив на процеси, що формують соціокультурне середовище великих метрополій.

Перетворення міського середовища в комплексну позалокальну систему відкриває перед людиною перспективи занурення в унікальне культурне поле, яке стимулює професійний ріст та соціальний розвиток через самоосвіту та активне використання технічних новацій. Цей імпульс зокрема стає помітним у сфері інформаційних технологій, де блогінг та онлайн-платформи виступають як домінуючі форми сучасного культурного обміну, замінюючи традиційні засоби медіа, як-от друковані видання, радіо та телебачення. Ці засоби новітньої комунікації інтенсивно розвиваються, надаючи індивідам інструменти для створення та поширення культурного змісту [25].

Зміни в сучасних комунікаційних процесах ідуть глибше, ніж можна було б припустити, особливо в аспекті персоналізації обміну інформацією. Ці зміни, в свою чергу, трансформують інформаційне поле, яке є невід'ємною частиною сучасної культурної структури. Світові події, такі як значущі інциденти в відомих локаціях, розгортаються перед глобальною аудиторією в реальному часі, що не

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

викликає здивування, враховуючи глобальний інформаційний доступ. Цікаво, що особисті коментарі впливових особистостей на події подібного масштабу в соціальних медіа привносять новий вимір в загальний інформаційний потік, демонструючи непередбачені перспективи аналізу в сучасному інформаційному просторі.

У минулому люди сприймали світ і культуру через обмеження свого фізичного та часового простору. В сучасній реальності, з поширенням цифрових технологій, інформація стає доступною миттєво, часто обганяючи традиційні засоби мас-медіа. Тепер кожна особа може відчувати себе частиною більш широкої урбанізованої культури, що надає універсальний доступ до даних, зробивши культурні та соціальні аспекти доступними для загального огляду. Водночас, ця всесвітня доступність супроводжується збереженням індивідуальної залежності від простору.

Сучасні офіси з високотехнологічним обладнанням дозволяють учасникам з різних куточків світу брати участь у культурних та комерційних подіях, які традиційно вимагали б особистої присутності. Це відкриває можливості для порівнянь між сучасними просторами, обладнаними засобами комунікації, та просторами минулих епох, де такі можливості були обмежені. Аналіз збільшення обсягів інформації, її швидкісного виробництва та розподілу між населенням є ключовим для розуміння сучасних суспільних трансформацій.

В сучасних промислово розвинутих та густонаселених країнах інформаційне виробництво зростає на 5–10% річно,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

що значно перевищує темпи зростання національного доходу, який збільшується вдвічі або втричі повільніше. Блогосфера, як інструмент сучасної інформаційної екосистеми, забезпечує вільний доступ до різноманітної інформації мільйонам користувачів, дозволяючи їм не тільки споживати, але й створювати інформаційні продукти разом з естаблішментом. Така інтеграція впливає на модифікацію комунікативних взаємодій, водночас формуючи структуру культурного середовища [25].

У контексті сучасної діджиталізації культурно-інформаційного поля, ефективний вибір інформації стає практично неможливим без активної участі міського населення. Сучасні механізми розподілу інформації не покладаються виключно на традиційні методи, а зосереджуються на регуляції доступу та курації контенту. Така роль інформаційних систем підкреслює важливість освітнього та технологічного компонента, адже здатність людини адаптувати та засвоїти інформацію залежить від її навичок користування сучасними цифровими інструментами.

Аналізуючи висловлення, яке відображає характерні настрої індивідуальностей ХХ століття: «Не втручайтеся у моє усамітнення, але не залишайте мене на самоті!», можна зазначити, що цей афоризм розкриває фундаментальну істину про вроджену потребу людини в комунікації. Взаємодія має місце за допомогою різних каналів, таких як вербальні і невербальні засоби мовлення, інформаційні потоки та психологічні аспекти. У свою чергу, Юваль Ной Харарі, видатний історик та письменник з Ізраїлю, в своїх дослідженнях підкреслює роль технологічних інновацій у

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

формуванні майбутнього суспільств. Він акцентує увагу на імовірність зникнення людського виду, стверджуючи, що «людство може скоро вийти з історії». За допомогою новітніх технологій на протязі, можливо, кількох десятиріч, вона перетворює себе зовсім в іншу істоту» [64, С. 114].

Аналітичний розгляд зосереджується на засобах опосередкованої комунікації, які зазнали значних трансформацій протягом історичного періоду. Ключовим аспектом дослідження є розгляд основних відмінностей між традиційними методами запису інформації, такими як зарубки на дереві, ієрогліфи та клинопис, в порівнянні з сучасними цифровими символами, як-от меми, емоджі та графічні зображення емоцій (смайлики). Це дозволяє глибше зануритись у аналіз еволюції комунікаційних форм і зрозуміти, як сучасні технології реформують звичні способи взаємодії. Детальне вивчення зазначених питань підтверджують актуальність нашого дослідження.

В нашій роботі ми спиралися на теоретичні узагальнення та практичний досвід, які представлені в монографіях українських та зарубіжних науковців, серед яких варто відзначити такі: ґрунтовну працю американського філософа і соціолога, автора концепції постіндустріального суспільства Е. Тоффлера «Третя хвиля» в межах якої відстоюється думка про те, що наукові і технічні прориви сучасності призвели до глибинних зрушень в суспільному житті [56]; наукові доробки «Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура» М. Кастельса, який маючи змогу пережити на собі становлення нової епохи, презентував у своїх роботах дослідницьку тему стосовно культури нової епохи, дав

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

реальне та найбільш розгорнуте уявлення про новий мережевий світ і його наслідки [18]; монографічне дослідження Е. Дайсона «Життя за доби Інтернету», присвячене аналізу та прогнозуванню тенденцій розвитку суспільства в інтернет-умовах сьогодення [10]; у наукових дослідженнях О. Тодорової представлена теорія і практика соціальних комунікацій, проаналізовано спектр традиційних та інноваційних PR-інструментів – соціальні мережі, корпоративні сайти, соціальні медіа-релізи [53]; фундаментальна праця С. Кримського «Глобалізація як трансформаційний процес», яка містить інформаційний моніторинг та дослідження комплексних проблем глобалізації [24]; працю С. Катаєва «Соціокультурний капітал міста» в якій авторська позиція та результати вивчень моделей соціокультурної трансформації в сучасному українському суспільстві [19] та ін.

Цікавими та ґрунтовними є дисертаційні дослідження, що вивчають широкий спектр наукових питань, пов'язаних з розвитком соціокультурних практик в Україні, а саме: «Мережева комунікація: теорії, моделі, технології» Л. М. Городенко [9]; Р. Борінштейна [5], який вивчав специфіку змін у соціальних та культурних сферах українських громадян на сучасному етапі; А. П. Захарченка [13], який у своїх дослідженнях висвітлював основні етапи виникнення та розвиток медіа-мистецтв у системі масової комунікації». В процесі дослідження, ми брали за основу ці наукові праці для детального вивчення даної проблематики.

Нами опрацьовані публікації у фаховій періодиці та збірниках матеріалів наукових конференцій. В межах



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

дослідження особливостей інформаційного простору в умовах мережевого суспільства та соціокультурного потенціалу сучасних інформаційних практик вітчизняними та зарубіжними вченими вирішуються такі питання: соціальних мереж у сучасному суспільстві (О. Терешкун) [50]; моделі процесу комунікації в Інтернеті і теоретичних питань класифікації ознак мережевої комунікації (Л. Городенко) [8]; соціальних аспектів комунікації в мережі Інтернет (С. Коноплицкий) [20].

Значне місце у науковому дискурсі займають праці Н. Лазаренко та А. Коломійця, які зосереджені на дослідженні існування особистості в контексті Інтернет-середовища. Вони детально розглядають, як цифрове середовище формує поведінкові патерни та комунікаційні механізми людей у взаємодії з Інтернет-простором та ширшими соціальними структурами [26]. Окремо варто відмітити дослідження О. Михайлової, що присвячені впливу Інтернету на інформаційно-комунікаційні процеси в суспільстві. Автор аналізує суперечливість впливу мережі на соціальну структуру, наголошуючи на складнощах та викликах, що виникають з цим зростанням [33]. Зазначені наукові погляди вчених відіграють важливу роль у дослідженні сучасних інформаційних практик та їх соціокультурного потенціалу.

Інформативним ресурсом є також мережа Інтернет, зокрема ми використовували інформацію, що міститься на офіційних сайтах Міністерства культури, молоді та спорту України, National Opera of Ukraine [70, 71].

У сфері вивчення інформаційних практик, що знаходять відображення в сучасному соціокультурному контексті

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

України, з'являється необхідність систематичного аналізу їх еволюції, умов розвитку та соціокультурного значення. Це дослідження призначене для ідентифікації ключових стадій їх формування та особливостей взаємодії в рамках глобального інформаційного простору, що має значний вплив на комунікативні механізми та соціокультурні перетворення.

З метою комплексного вивчення вказаних вище процесів необхідно було, наш погляд, виконати наступне:

- Ідентифікація та аналіз релевантних джерел, що стосуються тематики наукової роботи;
- Вивчення теоретичних основ створення інформаційного простору в рамках глобальної мережі, а також детальний розгляд його структурних компонентів та характеристик;
- Аналіз соціокультурних детермінант, що впливають на формування віртуальних просторів, з особливою увагою до їх недоліків та переваг;
- Розгляд особливостей культурних комунікацій в контексті віртуального простору;
- Висвітлення специфіки блогосфери як ефективного інструменту соціокультурних трансформацій;
- Дослідження Інтернет-середовища як основи для розвитку інноваційних комунікаційних каналів.

У рамках нашого дослідження ми також прагнули розробити рекомендації стосовно використання новітнього інтернет-інструментарію для оптимізації зовнішніх та внутрішніх комунікацій на прикладі Національного академічного театру опери та балету імені Т. Г. Шевченка.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Дана робота представляє собою комплексне наукове дослідження інформаційних практик в Україні, розглядаючи їх як важливий феномен у контексті сучасних соціальних та культурних процесів, здійсненому на широкому емпіричному і фактологічному матеріалі, що презентує інновації в галузі; уточнено роль віртуального простору як фактора сучасних соціокультурних трансформацій; подальшого розвитку дістали осмислення специфіки Інтернет-середовища як бази формування інноваційних каналів комунікації.

В свою чергу матеріали дослідження можуть стати базою подальших наукових вивчень за визначеною проблематикою. Вони можуть бути використані у написанні теоретичної та методологічної фахової літератури за даною проблематикою. Доцільне їх застосування у навчальному процесі фахових навчальних закладів, зокрема для підготовки та викладання лекційних курсів, а також у самостійній роботі студентів в ході підготовки до практичних і семінарських занять.

Висновки і рекомендації будуть корисні фахівцям, що опікуються налагодженням мережових комунікацій в сучасних реаліях та трансформаціях соціокультурного простору.

## РОЗДІЛ 1

### ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО МЕРЕЖЕВОГО СУСПІЛЬСТВА

#### 1.1. Соціокультурний капітал та сучасні комунікації: теоретичний аспект

В останні роки серед досліджень агломерацій і різних міських просторів отримав поширення термін соціокультурний капітал. Мова йде про концентрацію в міських середовищах головних економічних, соціальних, культурних та інформативних ресурсів суспільства, які забезпечують життя людей.

Поняття соціокультурний капітал в цілому має походження із економічних теорій, як похідне від терміна загальноекономічний капітал. І хоча зазначений термін активно використовується в працях сучасних істориків, соціологів, політологів, та культурологів, на наш погляд більш прийнятним є поняття соціокультурний потенціал міського середовища, суспільства чи певної соціальної групи і навіть особи. Такий термін на наш погляд більш коректно описує теоретичне осмислення ту сукупність факторів розвитку культури, серед яких нас цікавить в першу чергу інформаційне забезпечення, його сучасна трансформація та її найбільш значущі риси.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

В сучасному науковому дискурсі не існує загальноприйнятої класифікації типів соціокультурного потенціалу. Дослідник С. Л. Катаєв запропонував таку типологію:

- індивідуальний і груповий;
- асоціальний, дисфункціональний і деструктивний;
- локальний та корпоративний;
- публічний та приватний;
- сімейний, релігійний, конфесіональний;
- поселенський, міський, регіональний і т.д. [19, С. 29–30].

В рамках аналізу інформаційної складових найбільш цікавий потенціал особистості в рамках її соціальних зв'язків з середовищем міста в цілому, а також його певних елементів. Причому, соціокультурний потенціал окремого індивіда знаходиться в основі його культурного, політичного потенціалів, практик його соціальних зв'язків і діалогу в рамках певного інформаційного середовища.

Соціокультурний потенціал особи – поняття інтегральне. Це повний ресурс для функціонування особи в соціумі міста. А саме місто виступає як реальним соціальним утворенням, так і певним образом у свідомості городян. Така амбівалентність міського середовища відіграє важливу роль в розповсюдженні інформаційного потоку, його сприйняття людиною та транслявання від певної соціальної групи до іншої.

На первинному рівні соціальна та інформаційна взаємодія між особами характеризується безпосереднім обміном. Тому вона емоційна, інтенсивна, соціально

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

небезпечна. Вона сприяє індивідуальному і груповому самовизначенню. Людина відчуває себе елементом певного простору, який є базовим для її існування. Таким чином, соціокультурний потенціал є форма інформаційного об'єднання індивідів. Далі та чи інша група безпосередньо пов'язаних осіб шукає зовнішній ресурс і веде відповідний інформаційний обмін. Накопичення соціокультурного потенціалу завдяки безпосередньому обміну складає базис культурного контексту існування соціальних груп, задаючи тренд їх спілкуванню, менталітету, заявляючи про певні норми поведінки, цінності та орієнтації тощо.

Хоча є відмінності в термінології, можливо в цілому зазначити, що інформація в міському середовищі характеризується такими головними властивостями:

- інформація має певну ієрархічну структуру;
- в процесі трансформації від одного рівня до іншого контент інформації змінюється;
- так саме він змінюється в процесі переходу від носія до приймача інформації;
- матеріальні носії інформації складають базис для її виникнення та трансформації;
- направленість інформації пов'язана з часом та місцем в структурі певних елементів соціально – культурного «каркасу» міського простору.

Якщо до вказаної вище складової інформації додати ієрархічність культурного контенту, а це безумовно відноситься і до міського середовища, зрозуміло який великий обсяг наукового знання ми бачимо.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Відомо, що дослідження поняття інформаційного забезпечення починалося на теренах соціології та культурології з тих аспектів, які стосуються повсякденного життя певних соціальних верств населення міста і особистості.

В сфері соціально-культурної дійсності є безліч критеріїв для класифікації інформації: за типом носія, ступенем доступу, функціональним призначенням, рівнем упорядкованості, тощо. В контексті нашої теми буде особливо цікаво два аспекти масової інформації – її суспільний, загальноміський характер та індивідуальний, якісний контент в якому виділяється зокрема людина в її інформаційному просторі.

Термін «масова культура» з'явився давно і має досить довгу еволюцію – від негативного значення до позитивно-функціонального, залежно від того, що складає зміст культурної політики, культурного ринку та бажань людини.

У вивченні сучасного соціокультурного простору виділяють три групи потреб:

По-перше: потреби в знаннях соціально-культурного контексту. Зауважимо, що різні цільові групи населення міст мають різні потреби в залежності від їх освіти, статі, образу життя, віку та інше. Які шанси для городянина отримати інформацію, що цікавить? В якому чиннику масової комунікації він її отримає? Виникає певний парадокс: чим активніше інформаційні потоки в галузі культури інтегруються в соціокультурне середовище, тим більше вони впливають на його змістовне наповнення,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

зменшується ймовірність, що вона буде зрозуміла і взагалі, знайде свого читача, глядача...

По-друге: потреби в розвитку активності в соціокультурному просторі. Людина – читач чи глядач шукає інформацію певної категорії. Інша справа як виробництво культурного контексту сприяє зростанню активності в такому пошуку.

Серйозні соціологічні дослідження в культурній сфері і медійні ресурси зосередили увагу на таке парадоксальне явище як міська культурна псевдо активність. Маючи дома телебачення та інтернет (і навіть не дома), ми спостерігаємо як живуть, працюють, відпочивають інші люди, ловлять злочинців та ведуть гламурне життя. Ми співчуваємо, сміємося, плачемо та навіть обговорюємо у колі друзів, коли зустрічаємося, що бачили або прочитали. Але це тільки спостереження за життям, яке відбувається не за нашою участю, а поза межами нашої реальності.

Сприйняття інтернет-культури не робить нас активними співучасниками цього процесу. Можливо саме блогінг, діяльність в блогосфері вирішує проблему потреби в розвитку соціокультурної активності та її розвитку.

По третє: колективні потреби. Життя з кимось або одинаком - норма людського буття. А в той самий час сучасна урбаністична цивілізація робить доступним засоби культурного та інформаційного сервісу, водночас дає змогу нам залишатися наодинці. І це характерно для всього сучасного міського середовища.

Вивчення культурного простору міської агломерації на наш погляд якраз і є своєрідне сплетіння аналізу масової



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

культури міста, суб'єктивізація її інформаційної складової і забезпечення соціокультурного простору для задоволення потреб окремої людини в сфері культури.

Завдяки Інтернету та телебаченню, сучасна людина контактує з зовнішнім світом. Але контактує, залишаючись в своєму просторі. Особиста сфера життя, його поглиблення завдяки теле- та інтернет-комунікацій, робить інформаційний простір індивідуальним. Але що цікаво. Деякі відомі автори (Е. Сіронен, Д. Прогон та ін.) вважають, що дивлячи телебачення чи Youtube, не людина спостерігає за дією, а монітор за нами. Дійсно, ми дивимося на екран за якоюсь подією, але вона, її сюжет – фабула, інтрига регулює наші індивідуальні емоції, відчуття, а надалі і поведінку.

Недалека історія нашої країни показала, що невелика інформація з комп'ютера як заклик вийти на Майдан Незалежності, мав дійовий, а подалі історичний наслідок.

Що сьогодні актуальніше – втеча в особисте життя чи втеча в публічність? Можливо, сучасний розвиток засобів інформації робить приватність життя ілюзорним, не справжнім. Сучасному городянину не має де сховатися від інформаційної напруги, суспільної думки, яка робить нас беззахисними від небажаної інформації. Можливо масовий суспільний вибір Президента країни з віртуальною політичною програмою теж приклад вищезгаданої тенденції суспільного життя?

Ми не ставимо на меті в цьому тексті зупинятися на особливостях людини в сучасній блогосфері. Хоча відмітимо, що саме вона складає найбільш цікаву частку сучасного інформаційного простору.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Про це в наступному розділі роботи. А в цьому контексті треба підкреслити, що в цілому значно зростає потреба містянина в інформації різнобарвного змісту.

Умови життя в міській агломерації динамізуються, а ситуації життя часто виглядають не стільки стандартно, а і індивідуально. Традиції, звичні моделі поведінки, норми та правила життя часто змінюються модою в засобах досягнення цілей. Інформованість відіграє тут майже головну роль, що детермінує дії людини. А інформація отримана не важливо якими шляхами, становить головну цінність для жителя міста.

Що перше бачить людина у місті? Головні інформаційні орієнтири – це візуальні знаки, інформаційні відмітки в оформленні міського простору. Афіші, реклама, вітрини та сітілайти, різнобарвні елементи інформаційно-естетичного (а можливо і не естетичного?!) оформлення середовища. Ці ознаки буденного життя міста допомагають орієнтуватися в просторі. В якійсь мірі, вони допомагають сформувати поведінку. Але нерідко низька інформаційність та антиестетика, низький художній смак та інше робить вплив середовища на особистість скоріше негативним, а в кращому випадку нейтральним. Тому і в цьому розумінні зростає роль таких елементів інформаційного поля, що забезпечуються електронними засобами і насамперед Інтернетом. При цьому зазначимо, що Інтернет вирішує сьогодні не тільки проблеми забезпечення інформацією, а й питання спілкування та проведення вільного часу, тобто дозвілля. Причому справедливо підкреслити, що питання дозвілля містяни в залежності від його інформаційного

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

забезпечення засобами Інтернет мало вивчена. Багато досліджень традиційно присвячено місцю телебачення, кіно, театру в наповненні вільного часу. Тобто цілком традиційний аналіз цього явища, ми бачимо в численних монографіях і наукових статтях. Що стосується нових засобів електронного спілкування – це цікава маловивчена проблема, яка на наш погляд повинна сьогодні бути в центрі уваги дослідників.

В цілому історичний розвиток суспільства дає можливість визначити декілька типів комунікацій. Серед них: довербальний, вербальний, писемний, літературний та електронний. Саме вони детермінують специфіку інформаційного простору людини. На думку Г. Інніса, середовище комунікації орієнтовані на спосіб передачі контенту, або на тривалість його збереження. Звідси сучасна глобальна інтернет культура [16].

Доповнемо цю думку також тим, що в основу трансформації культурного розвитку суспільства покладено спосіб закріплення соціокультурної інформації. Особистості завдяки інформаційній комунікації існують, впливають на інших, змінюють себе і своїх реципієнтів.

Виникнення нового, з точки зору технології, інформаційного простору сприяє розвитку віртуальної комунікації, яку треба розуміти як комунікативну взаємодію людей посередництвом комп'ютера або андроїда через мережу Internet. Ця взаємодія –всесвітній феномен, який виступає свого роду глобальним комунікаційним дзеркалом – екраном життя всього людства.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Суттєвим змінам піддається вся соціокультурна сфера життя людини, всі прояви його суспільної активності в сфері культури. Епістолярний жанр, мовна комунікація, соціальне орієнтоване спілкування, інтимна сфера життя.

Все це в свою чергу викликає значні зміни комунікативно-інформаційних потреб та загалом, мотивацію соціокультурної діяльності. Справедливо виникає питання: які чинником детермінують неоднорідність взаємодії інформаційного потоку, що наповнює соціальний простір з різними групами його споживачів - вікових, субкультурних, професійних і т.д.

На погляд О. П. Антіпової головні серед них комунікативні потреби та мотивація соціокультурної діяльності, нерівність у доступі до інформації, інтенсивність лінгвокультурних змін [2, С. 71–73]. Так, різниця інформаційного контенту, що сприймає молодь і люди похилого віку показує для першої групи більшу потребу у самовизначенні, ідентифікації себе в своєму середовищі. Теж саме стосується етнічних спільнот. Величезна різниця в світосприйнятті підлітків і людей похилого віку, звідси феномен «розриву між поколіннями» про яке багато років пишуть дослідники.

Молоде покоління сприймає світ агресивно, більш емоційно. Відповідно і обирається носій інформації та її контент. Діяльність людини, як професійні так і непрофесійні соціально-культурні практики визначає «роботу» з інформаційним потоком, включаючи оновлення комп'ютерної мови. Що стає до речі важливим показником самоідентифікації і навіть моди. Комп'ютерний сленг стає

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

важливим чинником інтелекту та показником «просунотості» сучасної людини.

Говорячи про доступність інформації треба підкреслити, що йдеться не тільки про її наявність, а і про якість повідомлень, специфіку контенту. Зміна типів комунікації, її сучасна трансформація, особливо в великих міських агломераціях породжує нові субкультурні групи, відповідно до тих чи інших інформаційних елементів.

Геймери, блогери, кібернанти, хакери з їх специфічним сленгом, мережевим жаргоном, не тільки усним, але і письмовим: «гама», «квاکер», «шпіляти», «бродилка», «блохи» і ще десятки подібних термінів. Можливо, видання геймерського словника вже цілком актуальна задача.

І остання характеристика своєрідного «субкультурного вибуху» в інформаційному потоці – неоднорідність швидкості трансформаційних процесів на сучасному етапі культурного простору. Роль інформаційно-комунікативних технологій веде до значної динаміки контенту інформації між різними соціальними групами, один зміст накладається на інший. Відбувається своєрідна дифузія різних інформаційних пластів, які традиційно «збереглися» у певних соціальних групах. В контексті нашого аналізу, коректно назвемо це інформаційними пластами, що на наш погляд цілком відповідає характеру процесу в соціокультурній сфері в цілому.

В першу чергу, це стосується буденного рівня комунікації. Соціокультурна реальність, маючи певну ієрархічну структуру, включає різноманітні знання про світ, культуру, взаємодію з іншими особами. І важливу роль в

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

трансформації цієї структури відіграє інформаційний потік, що інтенсифікується розширюючи контентну палітру знань людини про соціокультурний простір, в якому вона існує.

Інформація розширює культурний простір. Загальнозначима реальність для нас повсякденна, приватна, локальна. Світ культури якби вмістився в наш монітор, а навіть у андроїд. Наші сучасні комунікативні практики дозволяють тримати соціокультурний всесвіт в кармані чи маленькій сумці, з якою та чи інша особа вештається по гламурним вечіркам. Про все це писав геніальний Р. Бредбері, стало реальністю. Трансформація соціокультурного простору яка детермінована сучасним інформаційно-мережевими змінами припускає аналіз його функціональних сторін. Тих, які безпосередньо впливають на розвиток процесів культурного середовища.

По-перше, що таке інформація? Вона як правило визначається, як свідомості про когось чи про щось. А в деяких випадках керівництво до дії. Інколи феномени інформації в широкому змісті визначають як:

- знання, що накопичилися в суспільстві;
- контент інформаційного середовища;
- засоби передачі знань;
- засоби і методи для обробки, зберігання, пошуку та передачі інформаційного контенту;

Поєднання понять інформація і знання дає гібридну дефініцію «інформаційно-знаного потенціалу», що може бути сформульована як інтелектуальний потенціал, що є нагальною людською властивістю вирішувати проблеми,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

які виникають на базі знань, навичок та досвіду. А іншим компонентом, в свою чергу є інформаційний потенціал, властивість проводити збір, зберігання, пошук та передачу інформації та ін.

На базі вказаного дефініції аналізу інформаційних потоків йдуть двома шляхами:

- вивчення масових інформаційних процесів, інформаційної культури різних спільнот – державних утворень, етнічних груп і таке інше;

- аналіз локальних інформаційних процесів, що відбуваються в різних частинах людської діяльності.

Саме інформація формує соціокультурний базис на якому існує сьогодні свідомо поведінка людини, виступаючи головною детермінантою людської комунікації. Сучасний «культ інформації» створив сучасний соціокультурний простір, як дещо більш інформативне ніж в попередні епохи. Життя особистостей та людських спільнот наповнене процесами обміну інформаційними символами, включаючи їх мережевий контент.

В свою чергу формування інформаційної культури, як головний елемент культурної трансформації викликає зміну картини дійсності сучасної людини. Дистанційна трансляція інформативних повідомлень, мобільний діалог екранного тексту з людиною та інше змінює ментальність людини, викликаючи певну технічну раціональність його мислення.

Сучасний інформаційний простір як сукупність територіально широких інформаційних ресурсів акумулює підсумки комунікаційної діяльності людини. Таким чином,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

формується і трансформується в подальшому особливий тип культури – інформаційна. Зростає роль культури в базисі творчих і духовних якостей людини, сприяючи подоланню техногенним в великій мірі процесам, які відмежовують людину від його культурної і антропологічної дотичності.

Інформатизація глобального світу, що охопила соціокультурний простір викликає серйозні трансформації в контенті і структурі сучасного соціуму. Як універсальна інформаційна система соціокультурний комунікаційний процес має:

- структуру і протяжність, тобто територіальну актуальність;
- диференційність, що означає поєднання елементів пройденої культури і модернових явищ;
- полісемантичність – багатовекторні змісти, знаки та символи в інформаційному контенті;

Подальша уніфікація комунікативних практик та розширення інформаційного простору детерміновані глобалізацією соціокультурного процесу, поширенню нових культурних моделей і видів діяльності в сфері інформаційної культури.

Говорячи про трансформацію культури в інформаційному просторі неможливо не проаналізувати безпосередньо соціокультурну комунікацію в її формах і тенденціях розвитку. Неможливо обійтися без перелічення нового типу комунікативних структур та взагалі комунікативної природи соціальної реальності. Цілком зрозуміло, що людські відносини, як і саме



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

суспільне життя, не можуть існувати без комунікації, і так би мовити тільки комунікація може здійснювати комунікацію.

Сьогодні ці досить зрозумілі і буденні ствердження набувають нового змісту. Теорія «комунікативна раціональність» та інші поняття в сучасній науковій думці в глобальному світі, її процес, простір та інше. Само поняття комунікації набуває нових рис, інших важливих характеристик.

Взагалі комунікація (від латинського *communicato* – передача повідомлення) передача інформації від одного суб'єкта іншими певними засобами. Причому сам термін комунікація виник в науковій сфері нещодавно, перетворившись за останні роки у ключовий термін соціо знання. Як правило, виділяються наступні значення терміну:

- універсальність слугує інструментом для забезпечення взаємодії між окремими ентитетами, що належать до матеріального і духовного вимірів, сприяючи тим самим їх інтеграції і синергії;

- технічність – це шлях повідомлення його засоби і таке інше;

- біологічність – як сигнальні засоби зв'язку в живій природі;

- культурність – яке визначає обмін знаннями, їхню циркуляцію в суспільстві, процеси кодування та декодування повідомлень та текстів.

Як передумова функціонування зв'язку між індивідами, соціальними групами, суспільними спільнотами та

соціальними інституціями, включаючи, навіть, держави в цілому - комунікація накопичує та передає соціокультурний досвід, розподіл праці і регулює трансляцію культурного контенту. Таким чином, комунікація висвітлює як суспільні відносини на певному історичному відрізку часу так і історичний досвід людства.

Соціокультурна комунікація важлива структурна компонента соціокультурного процесу і глибинний його механізм. Вона забезпечує в значній мірі можливість розвитку соціальних зв'язків, насамперед мережових, ретрансляцію думок, ідей, знань та навіть риси емоційного стану суспільства.

## **1.2. Головні компоненти інформаційного простору в мережевому світі**

На протязі багатьох десятиріч філософи, які вивчали феномен людини підкреслювали складність свідомості окремої особи, з одного боку її відкритість до інформаційно-комунікативного обміну, а з іншого здатність залишатись внутрішньо – цілісною структурою. Ще в середині ХХ ст. в науковій літературі з'являється термін «просторова ментальність», яким фіксується різна інтерпретація комунікативно – інформаційного простору людьми різних соціально-культурних прошарків.

Аналізуючи «інформаційний простір» відповідно до концептуальних уявлень про універсальність простору в цілому необхідно чітко розрізняти простір реальний,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

існуючий насправді, простір континентальний, тобто певне наукове уявлення про реальний простір і простір перцептуальний, тобто простір, як його сприймає людина. Іншими словами, простір що здається, який може бути цілком індивідуальним.

Саме таке перцептуальне (від лат. *perceptio* – сприймання) уявлення про індивідуальність інформаційного простору в думках і пізнавальних цінностях людей виступає в подальшому базою для аналізу віртуалізації комунікаційного простору. Але про це пізніше. Зараз, ми підкреслимо, що аналізуючи інформаційний простір як агрегат комунікаційних засобів, які сприяють взаємодії між індивідуальними суб'єктами та визначеними соціальними колективами, у наукових дослідженнях зазвичай розрізняють два основних методологічних напрями: ресурсний і комунікаційний підходи. Якщо в першому випадку йде мова насамперед про технічні засоби фіксації, пошуку, зберігання та передачі інформаційного контенту, то в другому випадку, інформаційний простір виступає як головний засіб здійснення соціокультурних функцій. Саме концептуальний аспект цікавить нас в контексті вивчення інформаційного простору для трансформації соціокультурних практик сучасної людини.

Традиційно вивчаються п'ять основних компонентів інформаційного простору, що включає візуальний образ, символіку, концептуальні структури, текстовий матеріал та документальні ресурси. На основі такого підходу

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

розрізняють інформаційні технології та інструментальні засоби їх реалізації:

- системи управління базами даних;
- системи гіпертексту;
- експертні системи;
- система мультимедіа;
- інтерактивна віртуальна реальність.

Крім цього в інформаційному просторі виділяються певні якісні атрибути, головні серед яких:

- динамічність;
- цілісність;
- комунікативність;
- розширення його кордонів;
- зростання щільності.

Зупинимось на цьому більш детально. Характеризуючи динамізм як певну характеристику інформаційного простору, фіксується насамперед зв'язок, а точніше єдність просторової похідної з категорією соціального часу. Як фундаментальну властивість світу, тобто зміну об'єктів реальності, завдяки послідовності подій особливо цікаво аналізувати, вивчаючи віртуальну реальність в її соціокультурних мультимедійних моделях.

Простір і час об'єктивна єдність. Розвиток елементів реального життя, включаючи культурну сферу циклічно повторюється. Як писав Гегель, простір «це час, що піддається запереченню, рівно як і навички - знятий простір, яке розвинене для себе, є час» [7, С. 56].

Цілісність інформаційного простору – це в першу чергу єдність його різних компонентів та неможливість існування

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

об'єктів і суб'єктів інформаційно-комунікативного процесу один без одного. Незважаючи на фундаменталізм інформаційної реальності та її мультимедійності.

Характеризуючи соціокультурні аспекти цілісного сприймання реальності свідомістю людини на особливу увагу заслуговує так звана «культурне середовище», яке можна розуміти як специфічну сферу соціальної активності культурного впливу на діяльність по створенню і освоєнню духовних цінностей, на духовні потреби, інтереси та цінності орієнтації в області культури.

Не випадково інформаційний простір в його цілісності розгортається через багатомірні соціокультурні зв'язки його суб'єктів, їх вплетення в різноманітні суспільні мережі. При всій індивідуальності в інформаційному просторі людина має особливі, колективні і певні глобальні риси у зв'язках з соціумом. Автономне існування передбачає місце особи в певній ієрархії корпоративних зв'язків, включення в окрему соціальну групу чи в групи через і завдяки яким відбувається самореалізація людини.

Інша справа, що людина в умовах сучасного інформаційного суспільства має значні можливості для зміни корпоративного середовища. Можливості вибудовувати свої комунікативні зв'язки по своєму розумінні, в різних соціокультурних традиціях. Наприклад, ті ж самі віртуальні групи формуються за інтересами, виключаючи традиційні характеристики, як вік, пол, фах, місце проживання. Ці аспекти соціальних векторів особи взагалі можуть бути невідомими, немаючими значення.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Зовсім інше важливо комунікаційного оточення – масштабність зв'язків і рівень зближення за ціннісними орієнтаціями, ступінь відчуження чи навпаки, інтегрованість в певну групу.

Нарешті, розширення кордонів та збільшення щільності інформаційного простору сьогодення – відбувається за рахунок зростання складності інформаційно-комунікаційних процесів та підвищенню ступеню інтернаціоналізації, кооперації і підвищенню кількісних показників інформаційних обмінів в одиницю часу, що цілком закономірне в умовах сучасної глобалізації соціуму.

Цікаво підкреслити, що є риса на яву мало звертають увагу аналітики – невідповідність безмірного поширення інформації з одного боку та сприймання її контенту досить вузькому колу людей. Чому? Отже зрозуміло, що можливості споживання інформаційного контенту не мають формальних чи неформальних кордонів в рамках історичних суб'єктно-об'єктних відносин.

Але сприймання певної «інформаційної хвилі» залежить від специфічного гатунку здібностей, навичок особи, її занурення в комунікаційне соціокультурне середовище. Тобто інформаційний простір має певні протиріччя, що може вести до протистояння певних соціальних кіл, домінування певної соціокультурної еліти, чия можливо досить креативна інформаційна діяльність залишається в надбаннях тільки тих, хто її виробляє.

В зв'язку з цим цікаво зупинитися на проблемі синтезу різних інформаційних проявів і процесів в соціокультурних

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

практиках і її напрямів розвитку. Все, що стосується вже заданою вище мультимедійності. Здається, першою історичною моделлю з'єднання різних видів інформаційних проявів був театр, де в давньогрецькі часи поєднувалися світло, звук, спів, пластика, освітлення, певна сценографія тощо. Згодом, відомі досліді І. Ньютона по вивченню зв'язку спектру світла і нотної октави. Численні вивчення інших дослідників синтезу звуку і освітлення, поява світо-музики як жанру мистецтва і т.д.

Серед іншого, найбільш відома творчість О. Н. Скрябіна з його спробою синтезу музики, світла, танців та драматичного дійства, яке він вважав поверненням до першоджерельного синтезу в мистецтві. І нарешті сучасні виступи Жана Мішеля Жара з об'єднанням світло – аудіо композицій з лазерним випромінюванням.

Такий давній шлях мультимедійного розвитку інформаційного простору, насамперед в соціокультурній сфері, досить логічно приводить нас до поняття гіпертекст і його ролі в комунікаційному процесі.

По-перше: треба відмітити, що ідея гіпертексту, а пізніше «гіпермедіа» з'являється у Теда Нельсона в другій половині ХХ ст., коли з'явилася потреба описання документів створених комп'ютером на відміну від традиційного друку.

«Під гіпертекстом – писав Нельсон, я розумію непослідовний запис. Традиційно процес написання відбувається послідовно... тому, що він є похідне від мови... Але думки створюють структури, які не є послідовними – вони зв'язані багатьма можливими перекодами» [68, С. 108].

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Тобто лінійне за своїм характером мислення трансформується в глобальне сприйняття інформації, завдяки образам, спочатку телебачення, а потім і інших електронних засобів. Хоча, як писав Умберто Еко, гіпертекст «не нова ідея. До винаходу комп'ютера, поети і письменники мріяли про цілком відкритим тексті, який читачі могли б переписувати як їм подобається, безкінечну кількість разів» [57, С. 78].

Сьогодні, ми спостерігаємо, як інформаційному просторі, створеному інфоровами засобами поєднані тест і аудіо, фото і відео, карти і креслення, малюнки і багато, багато іншого. Особа, що приймає цей інформаційний ряд не лінійно, сама обирає послідовність контенту. Причому цей вибір стосується не тільки окремих частин певного контенту, але і окремих моделей медіатизації соціокультурного простору. Його певних продуктів (об'єктів), що стосується головним чином, різноманітних електронних видань.

Ми, свідомо, не зупиняємося на класифікації мультимедіа в зв'язку з тим, що їх кількість сьогодні нараховує тисячі назв. В контексті нашого аналізу трансформації інформаційного простору нас цікавить, насамперед, процес віртуалізації комунікаційного соціуму в соціокультурному просторі.

Інше питання сам термін – «інформація» в контексті вивчення соціокультурних процесів з'явився в науковій літературі ще в ХІХ ст. Хоча великого поширення він не отримав, оскільки концепція інформаційного забезпечення мовної картини світу мала ще термін «знання», є було



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

більш традиційним для методології того часу. Але пізніше, коли починаються дослідження нової соціокультурної реальності, що з'явилася під дією значного інформаційного потоку починає використовування терміну «інформаційне суспільство». Н. Вінер, Р. Хартлі та ін., насамперед, американські дослідники помітивши домінуючу в усіх різновидах природних систем від мікробів до неорганічного життя.

В сучасній науковій літературі, ми зустрічаємо атрибутивну та семіотичну концепції інформації. В першому випадку, інформація є об'єктивною властивістю всіх процесів, що відбуваються в живій та в неживій природі. Соціальна (чи в нашому випадку соціокультурна) інформація являє собою особливий засіб інформаційних ресурсів, які мають бути частиною соціальної чи соціокультурної системи.

Семіотична концепція в свою чергу аналізує інформацію як елемент систем життя, що має якість кодування, тобто існування інформації в знаковому вигляді. На цій концепції побудована система з електронних засобів комунікації. В свою чергу, термін інформаційний простір прийшов в гуманітарну науку з фізики. А з 60-х років цей термін стає практично синонімом кардинальних змін, що відбуваються в суспільстві. Статус інформації визначають як суспільний ресурс, який здебільшого впливає на соціальні інституції майже на рівні ресурсів матеріальних та енергетичних. А можливо й в більш значному ступеню. особливо це стосується саме соціокультурної сфери та світоглядних цінностей.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Трансформація соціокультурних явищ та і взагалі гуманітарної сфери під впливом змін інформаційного простору супроводжується змінами в самої інформаційної сфері – її створення та поширення. Ступінь інформаційного забезпечення соціокультурної сфери детермінована певними якостями інформації як феномен. Вона не зменшується, може копіюватися, може бути твором і одночасно суспільним здобутком.

Цікавим в контексті нашого розгляду здається підхід до вивчення інформаційного потоку в соціокультурному просторі комунікативний підхід, центральним поняттям в рамках якого є «кубічна інформація». Тут буде коректним на наш погляд посилатися на теоретичні розробки Ю. Хабермаса, який сьогодні є одним з ведучих теоретиків в сфері вивчення інформаційного простору.

Комунікація за думкою автора виступає універсальною якістю людини. Умовами комунікації (саме у сфері соціокультурних відносин) є:

- кожен індивід беручи участь в комунікативному процесі розуміє сенс предмета спілкування та свою точку зору на нього;
- учасники спілкування розуміють, що у опонента є теж аргументована точку зору, яка може бути протилежною [58].

Звідси поняття ідеальної комунікації під якою автор розуміє співпадіння чи індивідуальні точки зору на предмет комунікації, а співпадіння структурних елементів цього процесу.

Як часто ми робимо ті чи інші заяви не за донесення нашої думки до співрозмовника, а для поширення її серед суспільної верстви населення, PR-цілей. А можливо для нагадування про наше існування в соціально-культурному просторі? В свою чергу революційними змінами в розвитку структурних компонентів комунікаційного процесу стали інноваційні прориви в технологіях спілкування, а саме відкриті в 70-х роках форми цифрової передачі інформації. Саме в цей період комунікація стає по справжньому масовою. Розширюються інформаційного простору, зростає його аудиторія. Важливо і те, що зміни проходять і в інфраструктурі інформаційного простору, що привело до створення рівнів функціонування засобів електронної комунікації:

- глобальний рівень, що забезпечує взаємозв'язок між регіонами, містами та різними широкими локаціями;
- локальний рівень розрахований на муніципальні об'єднання, бізнес-угруповування таке інше;
- приватний рівень, що обслуговує соціокультурні потреби окремих користувачів, які як правило бувають найбільш активними учасниками різних комунікаційних процесів.

Що є сьогодні головними засобами електронної комунікації, які створюють головні тренди змін сучасної соціокультурної сфери? Це насамперед глобальні комп'ютерні інформаційні мережі, насамперед, Інтернет. Мобільний телефонний зв'язок, космічні канали зв'язку. За допомогою електронних засобів комунікації особа отримує контакт з іншими особами, маючи при цьому лише його

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

віртуальну ідентичність, без якихось візуальних факторів чи не вербальної комунікації. Ці контакти дуже швидкі незалежні від відстані особи від інших отримувачів інформації. Хоча по суті чи відрізняється така комунікація від середньовічного листування між особами, що живуть в різних містах і ніколи не бачили одне одного в повсякденному житті?

Тим не менш, незважаючи на певний парадокс комунікація за допомогою електронних засобів актуальна і саме вона створює багатогранне обличчя певних соціокультурних феноменів які нас оточують. І чи не впершу чергу це стосується сучасних соціальних мереж. Це явище вивчається як атрибут соціальних об'єктів різного роду. Хоча сама по собі соціальна мережа не є цілісним об'єктом. Вона складається із комунікації і актора. Суб'єкт (актор) певна особа чи суспільна група. А комунікація в свою чергу може бути в якості структурної одиниці при наявності цілісності, повторюємості та певного часу існування. Якщо комунікація одноразова вона не може розглядатися як частка соціальної мережі.

Існують багато експериментальних даних про просторові форми соціальних та соціокультурних об'єктів. У відповідності до них мережі теж мають певні просторові форми, що викликає численні аналітичні роботи відносно так званої «мережевої активності», чи «мережевих відносин».

Мануель Кастельс видатний соціолог, один із засновників теорії нової соціології міста, автор теорії мережевого суспільства відмічає, що мережеві конфігурації

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

визначають новий морфологічний вимір соціальних структур у сучасному контексті наших суспільств [18]. Це ще раз підкреслює стрімкий, лавиноподібний характер розвитку інформаційних технологій, глобальних мереж в усі частини суспільного життя.

Зміни, які виникають в соціокультурному просторі завдяки революційним змінам в інформаційно-комунікативній реальності викликали в свій час багато наукових розробок де соціальні мережі почали розглядатися як різновид соціального капіталу. Соціальні мережі вивчаються не тільки як певний феномен, але і як безумовну складову кожного суспільства. Виникнення мереж, її зв'язок з процесами всесвітньої глобалізації, позитивний та негативний вплив мережевої комунікації на розвиток сучасної соціокультурної сфери.

Зрозуміло також, що соціальні мережі виступають каталізатором комунікаційного процесу, а в цілому сучасні глобалізаційні зміни та трансформація соціальних мереж знаходяться в відносинах взаємної кореляції, в певних умовах демонструючи синхронне співпадіння чи діахрану, тобто не співпадаючу взаємодію.

Особливості соціальних мереж, їх позитивні і негативні сторони функціонування залежать від типів і характеру соціокультурної комунікації, які в свою чергу можуть бути модерновими чи архаїчними, в залежності від великої кількості факторів, що складають у своїй сукупності те, що аналітики відносять до феномену соціального капіталу. В цьому сенсі до соціального капіталу включають як правило багато організаційних і особистих ресурсів. Хоча саме

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

людина виступає головним маркером його статусу. Індивід в міру вільний і мобільний, а соціальний капітал в свою чергу накопичується через взаємні людські комунікації та мережеві взаємодії між ними.

Сьогодні суспільство має широку мережеву форму комунікації, що породжує майже таку широку інформаційну динаміку. Дійсно, сучасна комунікаційна революція є мережевою, в ході якої її тренди цілком залежать від цифрових технологій, що саме і складають базу для комунікаційного процесу. Як правило, в цьому глобальному, світовому процесі виділяють кілька етапів:

- поява комп'ютерної техніки, яка створює умови для відтворення певного змістовного контенту. Це початок інформаційного середовища світового масштабу, тобто інформаційного суспільства;

- створення мережевої комунікації на базі Інтернету, що синтезує масову, групову і особисту комунікацію;

- широке розповсюдження безпроводної телефонії. Мобільний зв'язок координує з одного боку відносини «комунікатор – реципієнт», а з іншого є каналом доступу до мережі Інтернет, віртуального простору. Окрім того, телефон виконує функцію інтегратора різних рівнів соціокультурного простору.

Підтримка соціальних зв'язків, взаємодія на базі комунікації в мережах, як раз і була причиною того, що починаючи з М. Кастельса фахівці різних спеціальностей почали говорити і аналізувати феномен мережевого суспільства [18].

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Новий соціокультурний простір відповідно починає розвиватися по шляху: використання інформації – віртуальна реальність – соціально - культурна взаємодія. Нагадаємо, що поява комп'ютерної техніки на начальному етапі мало його використання для професійної діяльності вузької групи фахівців – підприємців і таке інше. Наше перше знайомство з ЕОМ починалося в обчислювальному центрі Мінстату, куди ми приходили з купою інформаційних картонних карток з перфорацією, того часу займала три поверхи будівлі. Виходили з «простирадлами» результатів обчислення. Чи могли ми тоді уявляти, що через невелику кількість років з'являються інші носії інформації, наприклад флешки, а так звана ЕОМ буде в кармані кожного перехожого, що йде біля будівлі того самого інформаційного центру.

Дивна і фантастична картина, тим більше, якщо мати на увазі, що це сталося в період життя половини покоління. І процес цей ще впевнено розширюється. Відносини «людина – машина» стрімко змінилися на детермінанту «людина – людина» і «людина – спільнота» де машина як інструмент відіграє чисто технічну функцію. Техніка знову стала функціональною технікою, якою вона і має бути. Парадокс?

Теорія інформаційного суспільства, повертаючись до вже згаданого нами Мануеля Кастельса, включає значний розгляд соціокультурної (історичної) специфіки. До речі, на відміну від теорії глобальної чи інформативної економіки. Вчений характеризує сучасне суспільство як мережеве, оскільки його формування відбувається через мережі

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

виробничих процесів, управлінських структур та особистісного досвіду, що сприяють створенню культури віртуальності у контексті глобальних потоків, трансформуючи маси та просторові виміри. Ця логіка мережевої взаємодії, інтенсивно пронизуючи суспільства інформаційного віку, поступово асимілює та домінує над традиційними формами, інтегруючи їх у динамічно розширюваний мережевий світ [18, С. 505].

Нове інформаційне, мережеве суспільство, як і інше нове суспільне утворення, згідно з аналізом М. Кастельса, трансформація суспільства відбувається тоді, коли (і за умови, що) відбувається помітна структурна перебудова у виробничих стосунках, відносинах влади та сфері особистісного досвіду. Такі перебудови спричиняють істотні модернізаційні зміни у суспільних формах організації простору та часу, а також сприяють виникненню нової культурної парадигми [18, С. 496].

Далі автор більш детально аналізує зміни в соціокультурному просторі пересічної особи, міському середовищі, природі часу та світової політики. Не всі висновки цього всесвітньо відомого класика соціології отримали схвальну оцінку колег. Але для нас важливо, що залежність соціокультурної сфери, всіх її елементів від розповсюдження інформаційних потоків і комунікаційних зв'язків сьогодні часто призводить до ситуації коли не ми контролюємо мережеві залежності, а вони мережі контролюють нас, маніпулюють нами.

Те саме стосується і політичної культури. Засоби масової інформації та мережеві комунікації виступають



головною ареною політичних сутичок. Політичні партії, на думку М. Кастельса зникають як суб'єкт історичних змін, втратив свою класову основу і знаходять свої функції «менеджерів соціальних протиріччя». Чудова оцінка. Хіба не це ми спостерігаємо останній час в нашій країні?

Аналітичні праці численних дослідників показують, що сучасне інформаційне – мережеве суспільство народжує багатовекторну взаємодію між технологією, суспільством, економікою, політикою і культурним простором. Ця взаємодія перетворює світ, але необов'язково до кращого. Підсумки перетворень залежать від людей, які виступають завдяки можливостям соціальних мереж центральними суб'єктами цих змін.

### **1.3. Інформаційне суспільство та Інтернет**

В умовах сучасного техногенного дискурсу в інформаційному просторі домінує масова комерційна культура, такі її головні феномени як кінематограф, реклама та Internet. Причому комп'ютерна реальність як би протистоїть реальності об'єктивній. Життя кінематографічне – стоп-кадри, дублі, штучні універсуми. Люди все більше грають певні ролі, які вони обирають для себе – селфі, блоги, вайни, інстаграм, комп'ютерні ігри. І ці ролі не соціокультурні, а дистанційні. Таким чином, віртуальне життя змішано з реальним.

Серед користувачів Інтернет починає панувати, та сама соціальна група, яка є економічною і політичною елітою в певній частині суспільного простору. Особистості все важче

протистояти факторам не свободи. Інтернет мережі ховають обмеження і вимоги до існування як у самій мережі, так по за нею.

Формуючи образ безпроблемного життя в суспільному просторі, правлячі еліти мають можливості маніпулювати свідомістю та поведінкою людини більш ефективно ніж економічними та психологічними чинниками. Для суспільств де соціокультурний простір не склався як стабільний, така ситуація складає небезпеку для корінної культури певних етносів, традиційних цінностей і культурних орієнтацій. Саме це вказують численні прихильники антиглобалізації, вказуючи на складний шлях до економічної, політичної і соціокультурної модернізації – сучасних суспільств.

Класифікація розвитку інформаційних суспільств, яка викликає особливий інтерес у контексті нашого аналізу, включає три моделі, кожна з яких має вплив на домінуючі тренди у формуванні соціокультурного простору:

- Модель Силіконової долини (американська модель) представляє собою відкрите інформаційне суспільство, що розвивається під впливом ринкових механізмів;

- Сінгапурська модель характеризується як авторитарне інформаційне суспільство, яке також формується на ринковій основі;

- Фінська модель описує відкрите суспільство, що підлягає соціальному контролю, та розвивається на фундаменті економічно міцної спільноти [45, С. 46].

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Ці три моделі вже реалізовані та успішно існують. Їх досвід серйозно вивчається, а переваги і недоліки кожної з них викликають певний інтерес в багатьох країнах.

Для України сьогодні найбільшу цікавість на наш погляд має модель реалізована у Фінляндії. Причому мова має йти не тільки про теоретичну, наукову думку, але і про соціальні практики, які могли б забезпечити сприятливі умови трансформації соціального простору в межах, хоча б окремих агломерацій, а в перспективі і на території всієї країни. Стимулювання громадських ініціатив у цій сфері є начальним завданням для регіонального управління. Тим більше, що в Україні сьогодні йде формування модерного інформаційного суспільства – нова проблема навіть для наукових фахівців, не кажучи про політологів і менеджерів різного рівня.

Трансформації в інформаційної складової соціально-культурного простору охоплюють всі сфери життєдіяльності сучасної людини, що змінює масову свідомість, поведінку і мотиваційні цінності.

Ієрархічна структура творення і спожитку культурного контенту, що панувала багато років, змінюється на нову організацію суспільного простору, де існує добровільність у виборі пріоритетів в інформації та інших соціокультурних складових. Реалізація вільного обрання в просторі культури певних елементів сучасна необхідність, яка диктується станом розвитку демократичного суспільства. Додамо сюди досвід глобалізації сучасного світу, який при всіх його протиріччях залишається головною закономірністю розвитку цивілізації.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Домінування загальнолюдських цінностей при певній гібридизації культурного простору, ослаблення національно-етнічного чинника та інші фактори, що викликають конфліктність інтересів різних соціальних домінант, тримають в напрузі світ. Це вимагає вирішення вищезгаданих проблем, а інформаційний фактор величезний засіб в цьому. Принаймні стосується соціокультурної сфери на рівні міського простору.

В умовах глобалізації світу вплив інформаційної компоненти на трансформацію навіть економіки і політики настільки неосяжний, що вчені вже говорять про віртуалізацію глобальної економічної системи. За цим стоїть дезінтеграція фінансової сфери, виробництва, адміністрування та регіонального менеджменту. Такі поняття як «кібер-демократія», цифрова реальність, «віртуальна демократія» вже широко вживані, коли заходить мова про нову сучасну еру, переродження сучасної інформаційної революції. А надії суспільства і окремої особи на отримання загальності і причетності до всього того, що відбувається в світі перекреслюється ризиками маніпулювання суспільною думкою, створенням волі для суспільних настроїв і дій. В кінцевому рахунку – тотальним контролем над соціокультурним простором і суспільством в цілому.

Віртуалізація проникає у всі компоненти суспільного життя. І було дуже наївно бачити позитивні риси цієї багаторічної трансформації і не помічати її негативні наслідки. Так, віртуальна реальність нематеріальна, умовна і вільна. Але ми чудово розуміємо, що кількісне

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

нарощування взагалі цілком розумної інформації не є однозначним позитивним трендом.

Інформаційний дефіцит в соціокультурній сфері змінюється інформаційним перевантаженням. Надлишок інформаційного потоку перевищує можливість його вживання. Хіба кожен з нас не відчуває це кожного дня? Ми не можемо поділяти точку зору радикальних прихильників інформаційного оновлення соціокультурного простору про зростання в цьому випадку консолідованості суспільства. Велике знання породжує велику тугу – здається ця думка належить царю Соломону.

Реальний досвід трансформації суспільного простору, породжує тенденції до його фрагментації, руйнування традиційних інформаційних товариств, багаторічно існуючих соціальних і галузевих контактів і т.д. Знаходити компроміс величезне мистецтво. І від того, як віртуальні мережі, розширюючи простір особистої свободи включають суперечності з інтересами консолідації загальнолюдського простору, залежить на нашу думку перспективи їх подальшого розвитку і зміцнення. Це досить цікаво простежувати на прикладі соціуму великого міста, де найбільш концентроване сучасне «цифрове» життя людини.

Місто, як відомо, виражає себе через різноманітні форми: як географічне переплетення, економічна структура, інституційний механізм, арена соціальних взаємодій та естетичний знак колективної єдності. Воно не лише фасилітує художню діяльність, а й само по собі становить форму мистецтва, творячи простір для

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

театральної дії та саме перетворюючись на унікальний театр соціальної інтеракції.

Саме соціокультурна сфера міста є вузлом соціального драматизму, концентрації та інтенсифікації колективної активності. без драми немає театру, немає мистецтва. Можливо десь тут прихована відповідь на питання про сучасні трансформації соціокультурного простору, його головні тренди і виклики. Сучасна інформаційна цивілізація народжує нові явища в комунікаційних відношеннях містян. ми зупинимось на питаннях інформаційного простору міського середовища і його взаємодії з особистістю. «Ми – діти міської культури» за виразом одного теоретика міської культури. Саме так можна сформулювати сутність міста як творця і охоронця духовного потенціалу людства. Вулиці та площі, силуети будинків і величезні панорами всесвітньо видових об'єктів архітектури складають образ певного міста, серед яких досить велика частина пам'ятників історичної еволюції.

Безпосередній обмін інформаційними повідомленнями, емоційна і образна взаємодія між співбесідниками змінюється на письмовий знак, який існує за правилами певного часу і територій. Інформаційні знаки допомагають виражати індивідуальні риси, не розчинитися в громаді людей. Внутрішній світ завдяки переходу від усної комунікації до письмової, стає цінностей і нормою співіснування великих груп людей.

Далі печатні засоби, масова інформація безпосередньо починають відігравати ключову роль між культурою і засобами її розповсюдження. Слово починає виконувати

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

аудіовізуальну функцію, особливо завдяки утворенню кіно та телебаченню. Завдяки яким спілкування від основаного на власному досвіді перетворюється на явище масове, анонімне і бездарне. Для кого творить художник, кінематографіст, інший митець? Для кого працюють телевізійні забезпечення?

Інформаційний простір в рамках сучасної соціокультурній галузі ґрунтується на величезних технічних засобах. Причому кордони інформаційно-культурного простору поширюються не тільки в просторі, а і в часі. Кіно і телеінформація, фотодокументи дозволяють жити в минулому так само як в сучасності. А тренди розвитку в майбутнє вивчаються через зрозумілі оцінки історії.

Різні за проявом трансформаційні тенденції в соціокультурній сфері завдяки інформаційному потоку викликають новітні контенту в культурному потенціалі особи, окремої соціальної верстви населення, а також і в цілому міському просторі.

Зростання різнобарвного інформаційного поля в сучасній культурній сфері, а також розширення її просторо-часових кордонів, виникають дві головні риси. Значно зростає можливість для реалізації культурного потенціалу людини. Розширюється можливість адресного вибору в цій сфері. І з іншого боку, пошук принципів самовизначення в соціально-культурному просторі посилює ризики стати об'єктом різного роду маніпуляцій. Останнє особливо стосується комерційного характеру інформаційних повідомлень.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Багато аналітиків також вважають, що значно змінюється і структура соціальних комунікацій. Якщо певний час по тому ієрархічний характер передачі інформаційних повідомлень був поступовим, то сьогодні інформаційне джерело направлено на все суспільств. Скільки зусиль було необхідно, щоб стати VIP персоною кілька десятиліття тому? Сьогодні «прокинутися вранці знаменитим» – банальна історія.

Міське середовище відтворюючи інформаційні зв'язки закріплює певні правила і принципи суспільного обміну інформаційним контентом. Особливе місце в цих процесах відіграє Internet мережі, які на наш погляд закріпили в соціокультурному просторі три головні інформаційні тренди:

- забезпечують точну адресність розподілу інформації;
- балансують потребу особи в певній інформації і її контентом;
- забезпечує своєчасність доставки інформаційного повідомлення.

Відмітимо також те, що вибір інформаційного повідомлення був би неможливим без активної участі в цьому самого реципієнта. Міський простір тільки зберігає інформацію і формулює певні правила доступу до неї. Час для пошуку інформації скорочується, хоча частенько інформаційний контент сильно спрощується і його сприйняття потребує спілкування з професіоналами, чи додаткових джерел інформації.

Ще однією рисою використання та сприйняття сучасної соціокультурної інформації є її вибірковість. Сучасна



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

людина в багатовекторному просторі відмовляється від «всеїдності». Його вільний вибір, самостійність життєвих принципів, дозволяє перемагати еkleктичність потреб в сфері культури. Незважаючи на це сучасний громадянин сприймає більший інформаційний контент ніж відправляє сам. Формується своєрідна ситуація асиметрії. Дуже багато інформаційних повідомлень вирують у соціокультурному просторі, при цьому не несучи змістовного та корисного контенту. Цей потік отримав в літературі назву «інформаційний шум», який створює часто психологічне навантаження і моральну втому. Саме створення інформаційного шуму сьогодні виступає дієвим механізмом маніпуляції масовою свідомістю особливо в сфері політичних практик. Тож, орієнтація саме на політичну інформацію, одна з головних серед інформаційних потреб містянина. Величезна кількість телевізійних ток-шоу з великими рейтингами – підтвердження цього висновку. Безумовно, трансформація таких рис міського спілкування, в тому включаючи соціальних мережах як відчуження, самотність, домінування типового функціонального підходу – «використав і забув», «вбити час» біля телевізійного чи комп'ютерного монітору та інші приводить до ситуації «не втратити себе» і «не згаяти час».

Нарешті підсумовуючи викладене зазначимо наступне:

- трансформація соціокультурного простору в міській агломерації та її інформаційної компоненти зазнають глибоку історичну еволюцію. Зміна їхньої проблематики,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

змісту, форм від патріархальної до сучасної інформаційної ери - справжня революція;

- накопичення соціокультурного потенціалу завдяки безпосередньому обміну складає базис культурного контексту існування соціальних груп, задаючи тренд їх спілкуванню, менталітету, певні норми поведінки, цінності та орієнтації;

- соціокультурна комунікація важлива структурна компонента соціокультурного процесу і одночасно його глибинний механізм. Вона забезпечує можливість розвитку соціальних зв'язків (насамперед мережевих), ретрансляцію думок, ідей, знань та навіть риси емоційного стану суспільства;

- сучасне інформаційне – мережеве суспільство народжує багатовекторну взаємодію між технологією, суспільством, економікою, політикою і культурним простором.

Закінчимо цей попередній аналіз відомим афоризмом, що людині властиво перебільшувати свої і зменшувати чужі труднощі. В свідомості сучасної особистості, це звучить як негативні вади спілкування, «такий час» тощо.

Поясненню головних рис сучасної трансформації суспільного простору, в тому числі його інформаційної складової, а також її місце в соціокультурному просторі, яка проявляється в сучасній «блогоманії» ми присвятимо наступну частину нашої роботи.

## РОЗДІЛ 2

### ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНА РЕАЛЬНІСТЬ

#### 2.1. Поняття віртуального та його соціокультурні чинники

Зародження новітньої соціально-інформаційної парадигми спричинило появу такого соціокультурного явища, як віртуальний простір. Це середовище, унікальне своєю природою, викликало зміни в затверджених суспільними нормами механізмах комунікаційної взаємодії. Трансформація під впливом цифрової комунікації сприяє динаміці та розширенню соціокультурного контексту суспільства. Розгортання комп'ютерних мереж відіграє ключову роль у цьому процесі, модифікуючи просторові, тимчасові та контентні характеристики комунікацій.

Роль комунікації як засобу задоволення потреби в інформаційному обміні та взаємодії є незаперечною. Світ комунікацій побудований на принципах передачі, сприйняття та інтерпретації інформації. Варіативність узгоджених дій у комунікативному процесі залежить від ефективності взаєморозуміння. Особливу увагу слід звернути на суб'єктивну реальність комунікаційного простору, яка визначається на міжособистісному рівні.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Масова комунікація впливає на всі аспекти особистісного життя, включаючи глибинні структури свідомості та підсвідомості. Медіа, відомі як «четверта влада», формують перцепції реальності, замінюючи фактичні події медійно конструйованою реальністю.

У рамках нинішнього соціокультурного дискурсу, віртуальний простір та віртуальна комунікація є неодмінними елементами, що тісно вплітаються у звичні соціальні та особистісні взаємодії. Віртуальна комунікація розвивається паралельно з традиційною соціальною комунікацією, при цьому реальний процес комунікації зазнає віртуалізації, вимагаючи розуміння переважної сторони у кожному конкретному випадку. Сучасні комунікаційні моделі втрачають свою унікальність і персоналізацію, редукувавшись до емоційної та стилістичної уніформності. Діалоги перетворюються на фрагментовані обміни, а онлайн розмови часто складаються зі стандартних фраз та словесних конструкцій. Форуми, чати, та інші види телекомунікацій мають характер коротких, односторонніх заяв.

Також наростає значущість комунікації в рамках глобального віртуального простору. Завдяки Інтернету, всесвітня інформаційна мережа розширює обсяги віртуального простору, що відображає процеси віртуалізації соціокультурної комунікації та надає можливість для одночасного спілкування на міжнародному рівні.

М. Кастельс акцентує, що реальність людини, включаючи її матеріальну та символічну присутність,

цілковито інтегрована у віртуальні образи, які перетворюються не просто на засоби комунікації, а на самотійний досвід, що змінює соціальну дійсність [18, С. 320]. Так, сучасні комунікаційні медіа, багато в чому символічні, замінюються віртуальними зображеннями реальності.

Інтерактивні та мультимедійні технології породжують нові серйозні виклики. Монолітність мас-медіа призводить до відсутності істинного комунікаційного процесу як взаємодії між відправником та одержувачем повідомлень [18, С. 321]. Культура реальної віртуальності постає з існуючого культурного простору, але без зобов'язальних символів чи значень. Віртуальні образи і вигаданий світ існують не тільки в медійному просторі, але й у повсякденному житті осіб, перетворюючи їх у пасивних споживачів контенту, які беруть, а не творять [66, С. 128].

У контексті сучасної соціокультурної динаміки, обмін інформацією трансформувалася з класичного діалогу до обміну символами та знаками. Варто зауважити, що ідентичність особи в віртуальному середовищі часто не кореспондує з реальними характеристиками цієї особи. У цифровому світі формується не автентичний соціальний статус, а сконструйована, іноді фантастична ідентичність, яка не завжди відображає позитивні зміни особистісних рис. Проте, завдяки властивій віртуальному простору динамічності, можливо адаптувати цифрові образи від стереотипної одномірності до активної багатовимірності. Мережева анонімність і безпека надають унікальну можливість для формування віртуальної ідентичності, що

управляється лише зовнішніми сприйняттями. В результаті, віртуальний простір ефективно розмиває межі між реальністю і віртуальністю, створюючи умови для розгортання багатовекторної самореалізації та самопрезентації. Також важливу роль відіграє ролева поведінка учасників в комунікативному процесі.

Отже, віртуальний простір може бути охарактеризований як особливий вид комунікаційного соціуму. Його основні характеристики включають анонімність, багатовимірність віртуальних суб'єктів та відсутність традиційних просторових і часових обмежень, які ускладнюють створення постійного комунікаційного простору. Важливим є також створення доречного образу для індивіда або соціальної групи, яке становить ключовий практичний аспект віртуального комунікаційного процесу, активно використовуючи його у різноманітних соціокультурних та соціально-політичних сценаріях [30].

Історично, концепція «віртуальної реальності» була вперше застосована Джароном Ланье у 1980-х роках, але детальний аналіз феномена «віртуального» розпочався вже у 1990-х, коли віртуалістика стала окремим науковим напрямом. Історичні корені цієї ідеї сягають ще часів візантійської релігійної культури, де обговорювались переходи між реальностями та їх трансформації в духовну сферу. Дослідження Фоми Аквінського, Ісаака Сіріна та Василя Великого стали історико-філософською основою для сучасного розуміння віртуального простору та його ролі у соціокультурному генезі [30].

Наразі в академічних колах прийнято кілька ключових підходів до осмислення певного феномена, що має значний вплив на сучасний аналіз соціокультурного впливу. Наприклад, Д. Ланьє аргументує, що віртуальність є не чим іншим, як реальністю візуальних образів, створених виключно через комп'ютерні технології [64]. Цей погляд поділяють численні науковці, які описують віртуальність як кібернетичний простір, сформований за допомогою технічних засобів, що сприяє ізоляції людей від фізичного світу.

Однак, така інтерпретація може викликати суперечності, враховуючи властивості людської психіки, здатну до створення абстрактних утворень та ідей, що лежать в основі мистецтва і культурних досягнень.

Інший важливий підхід визначає віртуальний простір як винятково суб'єктивне утворення, що виникає з людської свідомості, де індивід самотужки формує свою власну реальність, що може включати елементи фантазій або мрій [30].

Крім того, існує теорія, яка розділяє віртуальність на «природний» і «культурний» рівні, залежно від людської діяльності. Ця модель включає кілька видів віртуальності:

- Об'єкти природного походження, які відображаються в об'єктивній реальності;
- Об'єкти, які були сформовані за допомогою цифрових технологій;
- Об'єкти, які належать до сфери соціальної та культурної діяльності;

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- Об'єкти містичного характеру, до яких звертають увагу деякі дослідники.

Віртуальна реальність у контексті соціокультурної сфери часто розглядається як форма існування, що є нестійкою, нереалізованою, перехідною, що проявляється у процесах розвитку, переходів та взаємодій, супроводжуючи кожний момент трансформації або розгалуження.

У деяких аналітичних дослідженнях віртуальність розглядається як всепроникаючий аспект реальності сучасного суспільства, який з часом починає домінувати в усіх культурних формах. Таким чином, міфи, релігія, наука, та інші форми колективної свідомості вважаються проявами віртуалізації культурного простору, розглядаючи культуру як віртуальну реальність.

Згідно з цими поглядами, віртуальна реальність відповідає критеріям актуальності (існує лише в даному моменті і місці), автономності (час, що не залежить від зовнішнього впливу), інтерактивності (взаємодія зовнішніх об'єктів), і породженості (об'єкти існують тільки при наявності реальних об'єктів) [30].

Аналізуючи останні дві характерні особливості, можна стверджувати, що віртуальний простір онтологічно зумовлений своїм гносеологічним базисом. Без участі людської свідомості, творчої уяви, психологічних процесів та інших компонентів людського духу, технологічні засоби самостійно не здатні забезпечити появу віртуального світу у всіх його формах.

Процес взаємодії між людською свідомістю та технологічними засобами є неминучим і незамінним для



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

створення віртуальної реальності. Водночас саме свідомість є центральним і визначальним чинником у цій комунікації. Саме тому суспільна еліта приділяє значну увагу регулюванню роботи засобів масової інформації та медіа, оскільки це стає ключовим інструментом для управління суспільними процесами. Багатогранність методів вивчення віртуального простору відображає складність і багатовекторність цієї специфічної реальності.

Віртуальність не лише створює нові умови для соціокультурної взаємодії, а й впливає на трансформацію таких важливих аспектів, як спілкування між людьми, система освіти та бізнес-процеси. Вона змінює усталені просторові та часові межі, а також долає соціальні, культурні та мовні бар'єри, що формувалися в суспільстві протягом століть.

Сьогодні життя людини, яка активно використовує інтернет-простір, поступово переміщується від реальних зв'язків до віртуальних взаємодій. Це не лише характеристика інформаційної епохи, але й одна з її ключових ознак.

Соціокультурний простір сучасності виходить за рамки національних та регіональних кордонів, забезпечуючи інтерактивну комунікацію, яка стає важливою складовою глобалізації та технологічного розвитку сучасного світу.

Віртуальна реальність, яка за своєю суттю має умовний характер, є насиченою соціокультурним змістом, що відображає людське буття, не обмежене жодними кордонами чи бар'єрами. Як зазначає М. Кастельс, віртуальність – це частина соціального життя, що

актуалізується у випадках, коли безпосередня взаємодія «обличчя до обличчя» між учасниками є неможливою [18, С. 607]. У той же час, віртуальна взаємодія сприяє створенню єдиної, інтегрованої та стабільної глобальної мережі, яка об'єднує всі ресурси та інструменти комунікаційного простору.

Нові соціокультурні умови спонукають до виникнення альтернативних інтересів, цілей та мотивів у людей, що веде до нових форм активності в культурній сфері. Це стимулює появу інноваційних культурних практик та обміну інформацією, в результаті чого інформаційні ресурси стають ключовою вартістю в сучасному суспільстві. Інформація переважає матеріальні блага, сприяючи їх збереженню та зростанню, а також стимулюючи інноваційні перетворення у бізнесі та фінансах, комерціалізацію в різних життєвих сферах.

У різних професійних групах з'являється важливість інформаційної компетентності, не тільки в знаннях чи освіті, але й у активній участі в комунікаційних процесах. Бути «включеним» у віртуальний простір є критичним для професійного та соціального успіху. Важливість, правдивість і точність інформації, якою людина оперує, часто відходить на другий план перед її актуальністю і відповідністю суспільним очікуванням, а також здатністю використати її для створення певного іміджу.

У віртуальному суспільстві, куди людина цілком інтегрована, постійно зустрічаються фейкові новини і контент невизначеного змісту, створюючи міфічні образи та ілюзорну реальність. Чи це влаштовує нас? Чи життя в

цьому віртуальному світі допомагає нам утримувати кокон невідання та самостворених ілюзій, швидко приєднуючись до міфів, які створюють «майстри» віртуальної реальності?

Яким є взаємозв'язок між власним творчим комунікаційним процесом особи та так званими інформаційними послугами, які існують у сфері сервісу? Чи можливе поєднання інформаційних послуг зі справжньою соціокультурною творчістю, яка допомагає особистості реалізувати свій інтелектуальний потенціал?

Чи дійсно потрібно брати серйозно інтенсивне навчання, коли всі знання можна легко знайти в Інтернеті за допомогою Google чи інших ресурсів?

Як правильно зауважує В. П. Саяпін, традиційна свобода споживачів трансформується з широкого асортименту пропозицій до свободи вибору серед них [41, С. 176]. Водночас, легкий доступ до інформації розширює особистісний простір індивіда, незважаючи на зусилля політичних, економічних та інших еліт контролювати інформаційні мережі, використовуючи віртуальні інструменти.

Соціокультурний простір є стабільним за своєю суттю, але віртуальний світ породжує нові культурні практики різноманітного характеру. Ці практики не вичерпують можливості інформаційного простору, а навпаки, розширюють його. Інформація стимулює появу нових комунікаційних ресурсів, множить знання і сприяє розвитку соціокультурних практик.

З одного боку, інформація є ресурсом віртуального простору, з іншого – це стимул для комунікаційної

діяльності людини. Так, як зазначив В. О. Саяпін, у центрі інформаційного суспільства знаходиться Інтернет, а не великі електронні бази даних [41, С. 176].

Проте, важливо пам'ятати, що Інтернет слугує лише містком між свідомістю користувача та об'єктивною реальністю. Інтернетові артефакти – символи чи зображення – показують нам інформацію про світ, але ця інформація існує незалежно від людини, що її споживає. Це створює можливості для маніпулювання, замінюючи реальність штучним, віртуальним світом, який користувач сприймає як достовірний.

Постійна критична оцінка інформації, яка потрапляє з Інтернету, не лише вимагає зусиль, але й змінює соціокультурні практики, направляючи їх до багатовекторності та мультимедійності. У цьому контексті аналітики віртуального простору часто використовують термін «гіпертекст», який означає багатовимірну мережу, де кожен вузол з'єднується з іншими точками [54, С. 275].

Цей процес, який символічно використовує візуальні та аудіальні засоби, створює ефект достовірності користувача інформації у реальному світі.

Перехід від символу до тексту, від простого контенту до гіпертексту, і від одного змісту до інших, аж до створення віртуального факту або події, породжує автономну віртуальну реальність. Ця реальність, штучно створена індивідами або групою операторів Інтернету з певною метою, є справжнім артефактом, який становить основу культури.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Культура людства, яка завжди складалася з предметів і результатів людської діяльності, є набором артефактів – антиподом природного світу, створеного без участі людини. Все, що ми бачимо на екрані, віртуальний світ, є результатом розуму, що його планував і створив, і він відкриває нові можливості для трансформації соціокультурних практик. У цьому віртуальному світі світ не те, що нас оточує, а те, що ми про нього думаємо, і основне завдання творця полягає у створенні достовірних образів.

Множинність реальностей – це ключовий термін для опису віртуального простору, в якому живе сучасна людина. Це здається таким, що матеріальний фундамент нової культури складається з потоків інформації та позачасового часу. Така культура об'єднує багатоманітність систем відображення, створюючи культуру реальної віртуальності, де вигаданий світ є вигадкою у процесі свого створення.

Цей, на перший погляд, парадоксальний вислів, що належить М. Кастельсу, чудово описує процес створення штучного світу і віртуалізації сучасного культурного простору. Віртуальний простір обогачується нескінченним потоком змістів, що постійно переміщуються між різними культурними кодами, трансформуючи культуру і відтак змінюючи суспільство і реальність, що нас оточує.

Отже, на основі проведеного аналізу систематизуємо отримані результати у табл. 2.1.

**ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ:  
МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ**

---

*Таблиця 2.1*

**Ключові аспекти віртуального простору та його вплив  
на різні сфери соціокультурного життя**

<b>Категорія</b>	<b>Опис</b>	<b>Приклади</b>
Віртуальний простір	Характеристики і особливості віртуального комунікаційного простору	Анонімність, багатовимірність, відсутність традиційних просторових і часових обмежень
Вплив на комунікацію	Зміни у способах і змісті комунікацій від традиційних до віртуалізованих	Редукція унікальності та персоналізації, фрагментовані обміни, стандартні фрази
Соціокультурні зміни	Трансформація культурних практик під впливом віртуальної реальності	Розмивання меж між реальністю і віртуальністю, нові форми соціокультурної активності
Технологічний вплив	Вплив інтерактивних і мультимедійних технологій на соціальну дійсність	Нові виклики для комунікації та освіти, інновації в бізнес-процесах
Інформаційні послуги	Значення і вплив інформаційних послуг в соціокультурній сфері	Важливість інформаційної компетентності, інтеграція віртуальних сервісів з реальними культурними практиками

Віртуальний простір значно трансформує традиційні комунікаційні, соціальні та культурні практики, розширюючи границі взаємодії та впливаючи на формування нових ідентичностей і способів взаємодії. Інтернет та інші цифрові технології не лише модифікують існуючі соціокультурні структури, але й створюють нові середовища для комунікації, які перетворюють звичайні

практики і пропонують нові можливості для культурної взаємодії. Ця динаміка веде до виникнення нових форм спілкування та взаємодії, зростання інформаційної доступності та важливості медіа-ресурсів, що впливають на глобалізацію та соціокультурний розвиток суспільства.

## **2.2. Обмеження та можливості віртуального світу**

Віртуальність є явищем, яке не можна визначити виключно через сучасні мережеві комунікації або Інтернет. Це багатовікове явище, вкорінене у культурні та етнічні традиції, і розуміння його онтологічної основи є ключем до осмислення його ролі у сучасному суспільстві.

Історично, від античності до наших днів, людство завжди розділяло матеріальний світ та ідеалізоване уявлення про нього. Це розділення між фізичним та духовним, між природним і створеним людиною, було фундаментом нашої культури, де реальні об'єкти та досягнення людської діяльності співіснують з уявленнями, емоціями та почуттями, які відчуються так само реально, як і фізичний світ навколо нас.

Як І. Кант зазначав, для людської свідомості критично важливо розрізняти можливість і реальність речей, що визначається внутрішніми пізнавальними здібностями [17, С. 430].

Філософи, психологи та інші науковці завжди цікавились ідеальним світом, але сучасні дослідження, особливо в області прикладних наук, зосереджуються на

вивченні взаємодії між об'єктивним і суб'єктивним, реальним і ідеальним. Ці дослідження базуються на розумінні діалогічної природи свідомості, коли індивідуальний розум і колективна свідомість через широкі міжособистісні взаємодії формують нові змісти, що впливають на моделі поведінки у соціокультурному контексті.

Така поведінка, яку визначає колективна свідомість, відбувається у рамках системи уявлень, формуючи мережу взаємовідносин, яка відрізняється від реальних взаємодій. Свідомість створює новий контекст для цих уявлень на основі наших ідеалів, інтересів та схильностей.

Імідж акумулює наш досвід поведінки, узагальнює його та формує основу для реальних дій. Аналіз віртуальних іміджів у соціокультурній сфері є складним завданням, адже вони часто визначають ключові напрямки у розвитку соціальних мереж і в загальних інтелектуальних аспектах комунікативного процесу.

Уявні та чуттєві іміджі реального світу тісно пов'язані з людською діяльністю, економічними, соціальними та культурними практиками. Ці когнітивні процеси зазвичай класифікують таким чином:

- Конструювання образів визначених структур та ієрархій ([perspektyvu.pdpu.od.ua](http://perspektyvu.pdpu.od.ua));
- Застосування моделей соціуму для виявлення нових характеристик і частин соціальної структури;
- Процеси встановлення цілей і планування відповідних дій.



Необхідно також враховувати, що кожен імідж має просторовий аспект. У віртуальному просторі вивчаються і формуються такі характеристики іміджів, як їх форма, взаємозв'язки між елементами, різноманітність, організованість та інші [31].

Відомий мислитель Олександр Гумбольдт, в своєму великому труді «Космос. Досвід фізичного опису світу», в якому він зумів відтворити цілу епоху духовного розвитку людства і його пізнання природи писав: «Для того, щоб розуміти природу у всій її нескінченній величі, необхідно усвідомити її в двох аспектах:

- а) об'єктивному, як реальний феномен;
- б) суб'єктивну, в тому як вона віддзеркалюється людиною» [68, С. 169].

В часи О. Гумбольдта не використовувався як термін «віртуальні», але пізніше, вже в середині ХХ століття Пітер Голден вводить в науковий лексикон поняття «ментальний простір», в якому перефразовуючи аналізує шлях поведінки людини в просторі залежності чи детермінований образами цього простору, що живуть в розумі особи.

На сучасному етапі культурного розвитку неможливо оминути вплив візуальних медіа, зокрема, таких як фільми з Кіану Рівзом, «Матриця». У цих кінороботах світ виглядає як ілюзія, створена штучно: комп'ютерна симуляція, в якій людство перетворене на енергетичні джерела–живі «батарейки». Такий світогляд втілює екстремальну форму технологічної відчуженості та фантастичний аспект кінематографа.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Сучасність дає можливість переосмислення традицій, що особливо помітно у відокремлені від традиційних ментальних просторів, зауважених П. Голденом, які є першим кроком до майбутнього злиття культурних кордонів у створенні нових метакультур. Цей процес наразі залишається локалізованим через здатності індивідів до перекодування культурних образів, зниження домінування одних ідеологій та підвищення інших.

Соціальний контекст завжди забезпечував особі можливість ідентифікувати себе з певною групою та переступати її межі, щоб стати частиною інших віртуальних джерел думок та цінностей. Різноманітні суспільні моделі—релігійна, політична, освітня, міфологічна—формували спільний світоглядний простір.

Основою для взаєморозуміння між людьми є їхній соціокультурний контекст та ментальні компоненти свідомості. Соціальна комунікація покоїться на цій основі, оскільки комунікаційний процес між учасниками завжди включає обмін інформацією. Ці зв'язки між індивідами реалізуються через складні взаємовідносини їхніх цілей, інтересів, соціальних та національних груп.

Без аналізу представлених механізмів, важливо виділити, що динаміка віртуального простору унікально впливає на взаємодію між образами, які носять різні суб'єкти у різні етапи комунікаційного процесу. Це явище широко відображається в соціокультурних відносинах, дозволяючи особам свідомо та вільно інтегруватися як в тісні професійні кола, так і в ширші структурні шари суспільства, особливо серед користувачів цифрових мереж.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Сучасна можливість приєднання до публічного віртуального простору є повсякденним явищем, необмеженим географічними, територіальними, фінансовими або ідеологічними межами.

Деякі дослідники вказують, що таке легке зміщення ціннісних орієнтацій може спричиняти «мозаїчність» свідомості, що ускладнює концентрацію на певних соціокультурних домінантах, у тому числі у комунікаційних процесах. Міжкультурна та монокультурна комунікація впливають одна на одну, але не завжди це призводить до переваги однієї над іншою. Найчастіше це змінює уявлення про світ загалом і може призвести до маргіналізації особистості у віртуальному просторі. Реальне вже не так чітко регламентоване як в традиційних ієрархічних структурах суспільства. Інтернет, що безперервно розширює свій контент, перетворюється з архіву об'єктивного знання на колекцію різноманітних думок та інтерпретацій мережевих спільнот.

Обговорення серед фахівців часто залишає безліч інформації невисловленою, вважаючи її «зрозумілою», хоча вона і не артикульована прямо, системно і несуперечливо. Цей контекст часто є важливішим за основний контент дискусії. Існує латентна (з латинської "latentis" – прихований) складова інформаційного потоку, що створює великі виклики в віртуальному комунікаційному просторі. Вербалізація, або зрозуміле описання суб'єктивних думок, що спираються на свідомість обмеженого кола суб'єктів, є ключем до взаєморозуміння і багатофакторного обміну інформацією. Також важливо враховувати специфіку

спілкування в мережах, де використання жаргону чи сленгу може бути типовим лише для певних груп, ускладнюючи взаєморозуміння між різними користувачами, кожен з яких має свої «мережеві маски» та ролі.

Інтернет, у своїй суті, можна порівняти з театром, оскільки мережева віртуальна комунікація слугує ареною для неперервного перформансу, де кожен учасник може виступати в різних ролях, обираючи маски за власним бажанням і створюючи образи для взаємодії [31]. Цей інтернет-театр переплітається з карнавальними елементами, де кожен «актор» може одночасно бути режисером, сценаристом та виконавцем своєї ролі. Така віртуальна арена спонукає до відкидання реальних обмежень, дозволяючи учасникам вільно висловлюватись під захистом анонімності.

Карнавальність Інтернету виражається в свободі перевтілення і бурхливій веселощі, яку приносять незвичайні віртуальні образи. Невизначеність того, хто ховається за маскою, додає інтриги, дозволяючи учасникам знімати обмеження реального світу і насолоджуватися безмежними можливостями своїх віртуальних ідентичностей. Екран стає сценою, де маска перетворюється на аватар, відкриваючи шлях до звільнення від повсякденних норм і обмежень.

Естер Дайсон, одна з піонерів у дослідженні віртуального спільножиття, визначила ключові принципи, що підтримують продуктивну взаємодію та адаптацію в цифрових спільнотах. Вона рекомендує наступне: формувати і захищати власну позицію, бути відкритим,

проводити перевірку при довірі, активно вносити вклад у життя спільноти, поважати права себе і інших, оминати непродуктивні дискусії, задавати запитання, активно участвовати у створенні контенту, демонструвати щедрість і зберігати почуття гумору, а також допускати нові помилки [10, С. 386–392].

Характеристики віртуальних подій включають безперервність, спонтанність, фрагментарність, об'єктивність, а також змінність статусу тілесного, свідомості, особистості та волі [31], які всі разом формують унікальну динаміку віртуального соціуму.

Не вдаючись у деталі інших аспектів, виникає питання, як ми, як звичайні користувачі, сприймаємо Інтернет у контексті нашого повсякденного життя, де ми взаємодіємо в цифровому просторі на базовому рівні. Розглянемо Інтернет як сукупність музеїв, бібліотек, клубів та інтерактивних платформ. При умовній класифікації функцій Інтернету, можна стверджувати, що він служить як глобальний резервуар соціальної пам'яті, дозволяючи доступ до культурних досягнень людства, які стають легкодоступними кожному.

Цікаво відзначити, що хоча віртуальний тур, наприклад, по Лувру чи Уффіці, проведений з Києва, не може замінити реальної прогулянки по Парижу або Флоренції, цифрова альтернатива набуває все більшої популярності.

Так само, як телебачення не змогло повністю замінити театр, так і Інтернет, включаючи кіно, телебачення та інші медіа, допомагає збільшити доступність культурного контенту для широкої аудиторії. Ці медіа форми

доповнюють одна одну, сприяючи більшій інтеграції культурного простору.

Звернімо увагу на Google Cultural Institute, який є академією культури та представляє глобальний освітній проект, зібравши сотні музеїв, культурних інститутів та архівів. Використання цієї програми дозволяє відвідувати музеї та виставкові комплекси, розташовані у різних країнах, кожного дня.

Цифровізація не тільки основних експозицій, але й запасних колекцій, здійснює революцію в музейній справі, перетворюючи віртуальний досвід на не менш значущий, ніж реальний візит. Варто визнати, що віртуальні та реальні візити повинні доповнювати одне одного, пропонуючи неперевершені можливості для відвідування таких місць, як Лувр, Лондонська галерея, Каїрський історичний музей, Нью-Йоркський метрополітен-музей, Швейцарський олімпійський музей, Національний музей Токіо та інші, всього за кілька днів.

Сьогодні вже 250 культурних установ з 40 країн світу є частиною віртуального проекту ART Project, що входить до складу академії культури Google [38]. Цей проект є яскравим прикладом досягнень у сфері глобальної комунікації, які нам необхідно відзначити. Натомість, ми не будемо детально розглядати технічні особливості чи структурні нюанси цієї платформи, а зосередимося на її значущості.

Згадуючи фільм «Матриця» з Кіану Рівзом, пригадаємо образ Оракула з її символічним печивом та цигаркою. Вона не просто містична фігура, але й алегорія на Google, який

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

не лише відповідає на запитання, а допомагає в пошуку істин.

Інтернет можна уявити як всесвітню бібліотеку, де можна знайти літературні роботи, не виходячи з дому чи офісу. Найбільші бібліотеки вже не обмежуються тільки бібліографічною інформацією, але й пропонують доступ до повних текстів. Це дозволяє кожному не тільки ознайомитись з контентом, а й опублікувати власний твір та зробити його доступним через пошукові системи.

Звичайно, існують певні виклики, такі як зростання кількості пошукових систем та інформаційна надмірність, яка не завжди керована. Крім того, права інтелектуальної власності часто залишаються без належного захисту. Проте, основна тенденція полягає в тому, що особистість і культурні продукти стають ближчими один до одного. Програми, такі як iBook та електронні книги, які користуються в метро, поступово стають звичним явищем.

Для тих, хто звик до традиційного читання з книгою в руках у затишному кріслі під лампою, сучасний спосіб споживання інформації може здаватися лише поверховим. Проте, умови сучасного життя, такі як брак часу, нові завдання, вимагають адаптації. Тому велика подяка Інтернету за ці можливості.

Як ми раніше зазначали, Інтернет слугує не просто мережею, а створює віртуальний соціальний клуб, де учасники мають змогу зв'язуватися з різними культурними та соціальними групами. Це простір, де особистості можуть інтегруватися у спільноти зі спільними інтересами або, навпаки, вибрати ізоляцію, розвиваючи свій власний,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

унікальний набір цінностей. Інтернет також відкриває двері для людей з обмеженими можливостями, дозволяючи їм активно учасувати у соціальному житті без фізичних бар'єрів.

Щодо діалогу між людиною та машиною, існує думка про певну домінування машин у культурному розвитку інформаційного суспільства, що може призвести до переваги технологій над людським фактором. Такий розвиток подій може породжувати цифрові ілюзії–симулякри, які не мають прототипів у реальному світі, але активно формують сприйняття дійсності.

Проте, існують й оптимістичні погляди, які підкреслюють, що віртуальний простір не лише зберігається, але й еволюціонує, створюючи нові можливості для культурного та особистісного розвитку. Цифровий світ може відтворювати реальність, стаючи рефлексією справжнього життя з його динамічними трансформаціями.

Окремо слід зазначити наукові обговорення, що вказують на потенційно негативний вплив віртуального середовища на особистісний вибір у соціокультурних контекстах. Віртуальний світ може спонукати до розмивання ідентичності, викликаючи феномен «перевтілення», коли індивід має змогу приймати будь-яку ідентичність. Відкритий доступ до такої ідентифікації часто призводить до втрати особистих, гендерних, етнічних чи вікових характеристик, перетворюючи індивіда на комплекс символів та віртуальних атрибутів. Це створює ситуацію, де



реальна особистість та її електронний образ можуть існувати як окремі, часто несумісні сутності.

Сучасна людина в процесі своєї екзистенційної пошуку не лише переосмислює своє місце у новому інформаційно-віртуальному світі, але й прагне знайти нову соціальну реальність і навіть саму себе. Цей шлях виявляється непростим, адже віртуалізація буття часто призводить до деструктивних змін у психіці, зокрема, порушує природний стан особистості та спричиняє втрату ідентичності, що веде до розмивання цілісності індивіда [59].

Ця позиція викликає дискусії серед фахівців. Хоча існує вагома доля критиків, які вбачають у цифровій реальності загрозу для традиційних практик, інші вчені, такі як Т. В. Фісенко, вказують на зміни у сфері літератури, де традиційні жанри трансформуються завдяки впливу інтернету. Вони розглядають зародження електронної мережевої літератури як паралель до традиційної, але також фіксують її занепад на користь нових форм – кіберлітератури чи сетератури, які більш органічно вписуються у цифрове середовище [59, С. 268, 279].

Сайти як proza.ua та zone.net в Україні є платформами, що дозволяють молодим авторам заявити про себе, підкреслюючи динаміку та можливості для розвитку новітньої літературної сцени в цифровому форматі.

Попри розмаїтість поглядів на вплив інтернету на соціокультурні практики, можна сформулювати деякі висновки:

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

1. Інтернет стає незамінним інструментом для створення, розповсюдження та збереження культурних артефактів, дозволяючи швидко та ефективно інформаційне обслуговування.

2. Нові контенти все більше створюються за умов, не залежних від комерційних або владних обмежень.

3. Мережева активність зменшує дистанцію між творцем і споживачем, розмиваючи традиційні межі.

4. Інтернет-простір забезпечує комфортні умови для створення та вживання контенту, який раніше міг вважатися маргінальним.

Таким чином, попри існуючі ризики, цифрове середовище відкриває нові горизонти для культурної діяльності та індивідуального самовираження.

Переваги інформаційної трансформації цифрового світу в рамках повсякденних соціокультурних практиках, можливо продовжити, але ми підведемо ризику відомим афоризмом: головний шедевр будь-якого письменника – його читач. І хоча це сказано про літературу, погодьтесь ці слова точно і про творчість в мережах незалежно від її певного жанру. «Дуже скоро книги будуть читати Вас, поки ви читаєте їх. І якщо, ви швидко забуваєте більшість подробиць, то Amazon не забуде ніколи і нічого. Вона дозволяє точно знати, хто ви і як вас вмикати і вимикати», пише вже сучасний гуру Юваль Ной Харарі [64].

### 2.3. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій

Досить численні автори розглядають блог як певний електронний жанр поряд з іншими – чатом, електронною поштою, форумами, та іншими моделями міжособової комунікації в соціальних мережах. У відповідності до дефініції блогосфери, що є в-першу чергу формою віртуальної комунікації між особами, блог – центральна електронна модель цього обміну інформацією.

В свою чергу величезна кількість інтернет-майданчиків, блоги, форуми, соціальні мережі певних верств населення, чати та інше існують у віртуальному просторі в якості електронних інтернет – жанрів. Вони відрізняються від традиційних письмових моделей спілкування і виступають жанрами не у естетичному розумінні, а як особливі форми комунікаційної мови, тобто під електронним інтернет – жанром розуміють жанр комунікації, що здійснюється засобами Інтернет.

Причому термінологічно використовується такі поняття як віртуальні, електронні, цифрові, мережеві та інтернет – жанри, що на наш погляд не має принципового значення, якщо нас цікавить блог як сучасне, нове і досить поширене явище в сфері культури.

Починаючи з середини 2000-х р., коли блоги стали предметом наукового аналізу на це явище почали звертати увагу соціологи і лінгвісти, філософи і культурологи. Вивчаючи нові жанри в Інтернет-просторі – твіти, пости і репости, коментарі, повідомлення, автори численних

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

міждисциплінарних досліджень сформулювали багато класифікацій жанрів в блогосфері серед яких найбільш цікавою видається нам наступна. Під інтернет – жанром в цілому визначається така модель соціокультурної діяльності, де автори реалізують за допомогою медійних текстів з певними медійними і цільовими характеристиками.

З цієї точки зору найбільш цікавою здається і відповідні функціональні класифікації (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

### Класифікація жанрів та форматів, які існують у цифровому просторі

Категорія	Приклади
Інформативні платформи	Веб-сайти, Онлайн-енциклопедії, Цифрові бібліотеки, Документальні архіви, Інтерактивні каталоги
Комунікативні майданчики	Чати, Електронне листування, Форуми для обговорень, Мережі соціальних зв'язків
Директивні ресурси	Рекламні банери, Оголошення, Цифрові комерційні платформи
Презентаційні засоби	Індивідуальні веб-сторінки, Блоги
Естетичні вирази	Віртуальні романи, Фанфікшн

У будь-якому випадку блог існує у міжособистому просторі і виконує насамперед комунікаційну функцію для обміну певною інформацією. Блоги в мережах являють собою функції своєрідних електронних ЗМІ.

Цікаво також, є трансформація взаємодії по лінії автор – читач. Взаємодія між ними стає досить доступна і

максимально активна. Читач винятково обирає інформацію, зміщується за гіперпосиланнями, маючи можливість інформацію доповнювати, розширити і змінювати. Більш того, особи, що беруть участь у комунікаційному Інтернет процесі самостійно, формують образ інформаційного партнера, чий комунікаційний портрет може навіть і близько не нагадувати реальну особу з якою ми спілкуємося.

З іншого боку, ми самі як автори конкретного блогу засобами електронної мови маємо величезні можливості створювати свій віртуальний образ. Ці переваги Інтернет-спілкування над спілкуванням реальним очевидні і бувають широко використані в самих різних сферах соціокультурної і інших сферах сучасного життя.

Жанр блога створює віртуальні образи і одночасно ліквідує існуючі кордони мережевого спілкування – мовні, географічні, офіційні та неофіційні. Таким чином, в цілому, можна сказати, що мережеве спілкування будує свою власну культуру головними рисами якої виступають:

- певні мовні і культурні коди, характерні для так званого «офісного планктону»;
- домінування візуальності над традиційними образами письмових текстів;
- велика діалогічність спілкування;
- орієнтація на інтелектуальну тематику на відміну, наприклад, від чатів, де змінює спілкування за певним фактом;
- асинхронність комунікації, знов таки на відміну від синхронності чатів.

Ці характерні риси блогової культурної практики в певній мірі дозволяють подивитися на сам інститут блогерів як цілком успішних людей, що виражають певну контр-культурну суспільну природу. Мережева спільнота як правило виглядає привабливо, успішно і цілком комфортно в соціальному розумінні.

Власне можна визначити блог як персональний суб'єктивований віртуальний простір, що надає актуальну інформацію та маючий мультимедійний характер. Складовими частинами, принаймні, з боку композиції, є профіль блогера, статті за хронологією їх появи, коментарі читачів. Сам блог визначається як гібридний жанр в якому є риси інших споріднених жанрів – чату, веб-сторінок, тощо. І що дуже важливо – деяких літературних, цілком традиційних жанрів – щоденників, шляхових заміток, хронік та інше.

Саме спираючись на останню думку розглядається блог в історичному аспекті його формування і появи. Блоги на думку фахівців виростає на базі літератури особистого гатунку, а його жанрова своєрідність також співпадає в великій мірі з тематикою різного роду літературних заміток.

Навіть сьогодні згадуючи певні газети чи журнали радянського часу, можемо знайти жанр фактичного блогу, які до речі були досить популярні в ті часи. Невеликим нотаткам присвячували окремі сторінки, які за змістом не вписувалися в схеми видань традиційної журналістики.

Цікаво також, що деякі дослідники ведуть дискусію на тему: чи є блог унікальним жанром, який виник в мережах і

завдяки мережам. Їх опоненти заперечують унікальність блогу, стверджуючи, що це гібрид, який виник на перехресті інших інтернет – моделей мови та мультимедійними документами. Блогосфера розширюється, а за нею жанр блогу займає все більш вагоме місце в сфері соціокультурного простору. Вже зараз, ми маємо приклади, коли великі літературні форми, наприклад роман, з'являється із блога. Та і інші найбільш креативні сфери культури мають величезний вплив з боку блогів і блогерів.

Цікаво і це важливо в контексті нашого аналізу, що серед соціальних мереж Інтернету, сьогодні з точки зору швидкості її поширення та популярності, стали блоги, а точніше, мережа блогерів. Цей термін – «блог» від англійського weblog – «мережевий бортовий журнал», з'явився наприкінці 90-х років ХХ ст. для означення інформаційно заповненого щоденника, однієї з форм авторського проекту. Автори веб-блогів – блогери, як правило, пишуть події, що з ним відбуваються, коментують публікації з різних політичних, економічних та соціокультурних подій. Деякі з них допомагають своїм читачам відшукувати в мережі інформацію про події, стаючи найбільш впливовими в той чи інший сфері знання. Тим самим, блогери більш оперативні ніж ЗМІ, що дає можливість впливати на суспільну думку.

Відповідно, відеоблог – різновид блогу з певними мультимедійними можливостями, що з'явився завдяки американським блогерам, пов'язаними з шоу-бізнесом. А найбільш масовою платформою відеоблогінгу сьогодні є

Youtube, на рівні з Instagram, Tik Tok, Lomotif та інше. Тому деякі дослідники вважають під терміном відеоблог, персональний сайт (акаунт) інтернет – користувача, який викладає в мережі індивідуальний відеопродукт.

Діалог з користувачами, а фактично з мережевими глядачами відбувається в формі так званих лайків, кількість яких зростає з геометричною прогресією. Це масове явище вже перетворюється в одну з домінуючих в мережах соціокультурних практик, з відкритою сферою думок і інтересів, нетривіальних, часто скандальних і оригінальних поглядів на масові події.

Відеоблоги, як творчі проекти, величезний варіант для самореалізації людини, без цензури, яких-небудь кордонів в змісті і об'єктах. Фактично відеоблогінг перетворюється в певний професійний жанр інфокультури, комерційну галузь де заробляють гроші, а фінансова складова підкреслюється розміщенням цілком рекламних роликів, які поступово перевищують цілі комунікативної самоідентифікації людини, що їх створюють.

Зауважимо, що сучасний Youtube вже настільки насичений комерційною рекламою, на скільки починає заважати перегляду. І незважаючи на це, в відеоблогінг включаються популярні і навіть, значні постаті суспільного і культурного життя не тільки локального, але і світового чи регіонального масштабу. З'являється соціокультурний прошарок, який формує особливу субкультуру зі своїм сленгом, мовними та ціннісними ознаками. Блоги та особливо відеоблоги стали вже різновидом віртуальної моделі світу, певним простором в інформаційному соціумі.



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Як ми вже підкресливали, відмінність блогів від традиційного жанру щоденника обумовлена середовищем – блоги публічно відкриті для сторонніх читачів, які полемізують з автором блога, коментують контент. Читання чи знайомство з блогом і його авторство – протилежні по своєму характеру процеси. Комунікативні можливості в блогосфері зростають з обох сторін процесу, але додаткові функції читача, належать йому. Це отримання певної інформації (це головне), розвага шляхом читання, знайомство з реакцією певної аудиторії на інформацію і аналіз думок соціального прошарку читачів, в певній мірі аспект соціалізації через причетність до подій і людей, що в них беруть участь.

Для блогерів функціональні завдання трохи інші. Комунікаційний аспект, самопрезентація, можливо, мемуаристика і навіть психотерапія. Але є досить цікава річ. Ми розуміємо, що слово тиражується як масове. Попит є насамперед на коротке і зрозуміле (а не глибоке і розумне). Блогосфера – це нескінченний коментар, реакція на зовнішній подразник. Коментар відволікає людину від життя. Події з життя людей, переносяться у блогосферу. Так учасники відмовляються від відповідальності, яка завжди повинна бути в житті. Блогосфера як правило не мотивує людину боротися з недоліками. Рівень аргументації дуже низький, а тому навички логічно вибудовувати думку, вести полеміку також зменшується. до того ж дуже сумнівним виглядає формат коментарів і підведення підсумків в блогах, якщо має місце дискусія. Як

правило, просто існують дві чи більше точок зору і на цьому хтось ставить крапку.

Як відомо, інтернет-комунікація спричинила появу певного сленгу, який дуже відрізняється від журналістського, традиційного для ЗМІ. Відрізняється в бік примітивізму. Блогери дуже часто спілкуються лаконічно, просто і подібно один до одного. Багато лексичних штампів, нічого не значущих фраз, майже без чогось індивідуального, нетривіального.

Взагалі можна сказати, що блог сам по собі є абсурдний. Щоденник – засіб самопізнання, він глибоко особистий і саме тому не може бути публічним. Блог же претендує на засіб самовираження та самовивчення, але є публічним і позбавляє можливості «оголити» особу. Тому зміст здається порожнім, абсурдним, а повідомлення часто не мають змісту. І тим не менш, у віртуальному світі контент блогів без сумніву відповідає внутрішньому, віртуальному стану особи. Блогосфера – це модель соціуму, сконструйована завдяки і саме через віртуальний підхід. Реальне, зовнішнє набуває іншого змісту у відповідності до суб'єктивному світоуявленню.

Як відомо, все позитивне є продовженням негативного і навпаки. Людина завжди намагалася змінити, «прогнути» світ під себе. Це вдається не завжди і не кожному. Але у віртуальному світі відкриваються інші можливості стати справжнім суб'єктом сильних дій свого життя, а можливо життя мільйонів.

Всі ми знаємо про існування етичного кодексу журналісту. Але ніколи навіть не чули про етику блогера. А

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

вже зрозуміло, що така необхідність є. До цього спонукає критичний погляд на блогосферу, на цінності, що вона комунікує в соціокультурному просторі. Певні слабкості людини, що ясно і рельєфно виявляє блогосфера не можуть і не повинні сповільнювати швидкість і зменшувати якість трансформацій, які вона спричиняє в сучасному, глобальному світі.

Етнолог Е. Сміт, аналізуючи розвиток інформаційних мереж через двадцять років, зазначав, що ці мережі перевершують можливості будь-яких національних структур, одночасно стаючи фундаментом для інтеграції національних культур в більш широкі регіональні спільноти і сприяючи створенню глобальної культури. Він підкреслював, що телекомунікаційні та комп'ютеризовані інформаційні системи можуть слугувати потужними інструментами нового культурного імперіалізму, який розширює свій вплив на міжнародному рівні [43, С. 162].

Якщо відкинути різні за змістом ідеологічні нашарування слід відзначити, що за останні два десятиріччя відбулися революційні трансформації у методах формування та обміну інформації, яка переміщується у інтернет - просторі змінюючи темпи зростання та характеристики свого динамічного розвитку.

Мережа Інтернет має всеохоплюючу природу. Вона прискорює глобалізаційні процеси, в тому числі в психології сучасної людини. Подолання замкненості, пасивності, відчуженості людини одна від іншої завдяки Інтернету робить соціальну мережу провідним заміном засобів масової інформації. Так, цей процес, створює інші

проблеми, але зміна людського існування, людського життя в масиві інтернет повідомлень – безумовно, центральний тренд контексту всесвітнього павутиння. Багато подій, в тому числі і в культурній сфері неможливо зрозуміти при ігноруванні веб-джерела і інформаційним технологіям, які її сповіщають.

На жаль інтернет-простір стає трибуною різного роду маргінальних дискурсів, що народжують радикальні, мілітаристські та інші настрої. Мережа перетворюється на доступний та найбільш простий і оперативний шлях вираження тих чи інших і навіть кримінальних виражень.

Неможливо не згадати що український Євромайдан почався з невеликого запису середньої руки журналіста в мережі «Facebook» вийти на яку-небудь площу Києва з протестом відносно зміни зовнішнього курсу. Безумовно протести підігрівалися іншими суспільними настроями. Але не може спалахнути небезпечна речовина, якщо не має сірника. Саме активність в блогосфері стала тим сірником який причинив соціальний вибух. «Арабська весна», український «Євромайдан», «Захоплення Волл-стріт» були обумовлені можливостями блогосфери. Без сумніву цей ряд на жаль має тенденцію бути продовженим.

Від Помаранчевої революції, яка відбувалася за посередництвом телебачення до Євромайдану, де телекомунікації грали вже другорядну роль. Такий символічний шлях для методології вивчення веб-інформації і блогосфери в сучасних трансформаціях суспільного життя. Відмітимо тут, що саме блогосфера відіграє в суспільних мережах особливу роль. Форматів, що

існують в інтернет – просторі багато, тим не менш, блоги становлять, можливо, найвідкритіший формат, який забезпечує авторам свободу у викладенні власних поглядів, а споживачеві мати оперативний та вільний доступ до інформації. Кожний бажаючий може започаткувати мережевий журнал, канал, причому навіть не повідомляючи свого імені. А широта аудиторії може бути безмежною в залежності від таланту і цікавості до тематики інформації.

Не випадково сучасну блогосферу названо цифровою публічною ареною XXI століття [14, С. 14]. Ми згодні з А. Янченко, що блогосфера привертає увагу дослідників через свою двоїстість: вона одночасно є результатом дискурсивної діяльності та засобом комунікації [65, С. 160].

Так, багато блогів малозмістовних, присвячених незначним процесам або місцевим проблемам. Але багато зустрічається і високої публіцистики і актуального загальносуспільного дискурсу. Блогери демонструють наукову і суспільну освіченість, концептуальність контенту і велику відповідальність.

Х. Клінтон підкреслювала, що в інтернеті не потрібно мати статус олігарха чи знаменитості, щоб здійснювати значний вплив на суспільство [40, С. 58]. У цьому контексті, блоги виконують функцію засобу комунікації. За словами О. Михайлової, запис у блозі віддзеркалює культурний капітал його творця, а кількість коментарів може бути розглянута як символічне відображення соціального капіталу [33, С. 195].

Так звані «лайки» – це певний показник популярності сайту або автору блогу. Значний показник вагомості різних без винятку Інтернет-ресурсів, звідси і поширення інформації. Тут ми повинні сказати про таке цікаве явище як боти. Що це? Оскільки суб'єкти впливу через інтернет-простір зацікавлені в розширенні своєї інформації (часто викривального чи негативного характеру) вони широко використовують найманих користувачів, що підтримують певний замовний контент чи ідеї суб'єкту впливу. В іншому випадку виступаючи опонентами інших суб'єктів блогосфери: ціль такої активності ботів – дезінформація, маніпулювання суспільною думкою, психологічний тиск.

Фахівці дають певні рекомендації щодо того, як розпізнати ботів. Але їх вплив не спадає, а ця діяльність вже носить не тільки широку розгалуженість, а і стала певним інтернет – бізнесом. Щоправда, й антиботовська діяльність, теж виступає вже як не боротьба за справедливість громадської оцінки, а певна бізнес-сфера.

В цьому зв'язку треба сказати дещо про негативні характеристики дискурсу Всесвітньої мережі в цілому і блогосфери зокрема. Вільні висловлювання, можливість яких надає Інтернет, дуже часто сприяє одномірності та відсутності системного бачення відповідних проблем про які йдеться в блогах.

Психологічна імпульсивність, елементарне відсутність певного досвіду та фаху. При всій демократичності і оперативному реагуванні на ті чи інші події суб'єкти контенту часто видають за інсайд чутки, своє ставлення чи однобічне розуміння. Де закінчується знання і починаються

плітки? Це може визначити навіть не всякий фахівець. Тим більше що часто безпосередність та щирість авторів йде в міксуванні з бажанням інформаційно-психологічного впливу на аудиторію відповідно власним, можливо досить сумнівним інтересам. Пам'ятаймо також про анонімність суб'єкта, що створює контент. Це теж важлива риса сучасного блог простору.

В цьому контексті цікавий досвід дає практика інтернет – компаній які спеціалізуються на «відбілюванні» репутації об'єктів певних негативних повідомлень. Але це окрема тема.

Зрозуміло, що риси щоденників в блогах неможливо не помітити. За формою та й за змістом взаємодія «особа – навколишній світ» визначені блогером. Саме тому в контенті блогів, як і в щоденникових записах багато емоційного, а навіть і ліричного. Сповіді та покаєння, записи думок і відчуттів. А навіть і снів. Розмови з друзями, обмін думками та розмовами з самим собою.

Контент блогів в індивідуально-авторському змісті має афористичність, побутові деталі і таке інше. І більш в одному аспекті блогів корінним чином відрізняються від щоденників – вони розраховані на масову аудиторію. А це значить – зовнішнє коментування. Тоді як щоденники – насамперед записи інтимного характеру. Зазначають дослідники, серед яких і К. В. Плещенко, блоги відіграють важливі соціокультурні ролі, які включають формування колективної ідентичності (згуртування осіб з аналогічними життєвими стоянками та інтересами), психотерапевтичну функцію (емоційне ставлення до подій у позитивному або

негативному контексті), та автокомунікативну функцію (індивідуальний вибір методів комунікації) [37, с. 98].

Досить різноманітні дослідження ряду авторів (В. Різун, К. Плещенко, М. Михеев, Н. Курчанова та ін.), як, наприклад, контент-аналітичні процедури, дозволяють зробити ряд певних висновків відносно спрямованості низової блогосфери:

- авторське викладення фактів супроводжується оціночними судженнями, позитивними чи негативними інтонаціями. Сюди включена оцінка особистого життя блогера;

- матеріали, викладені у низовій блогосфері часто запозичені, а не отримані емпіричним шляхом чи своїми дослідженнями;

- контент орієнтований на зовнішню оцінку, а тому демонструє певну активну позицію автора;

- блог, як своєрідний віртуальний щоденник, не просто мемуари, а певний набір інформації з особистими судженнями, оціночного характеру;

- блог – відкритий запис та незавершений до кінця, який народжується автором. Він може щось змінити, видалити.

Звідси наявність прихованих можливостей блогів, її ієрархічність, приховані та тематичні розгалуження для можливої підготовки всякої аудиторії. Розширення впливу і спроба зайняти певну центральну позиції в тому чи іншому тематичному напрямі. Взагалі, блогосфера в найбільш широкому розумінні являє собою специфічний інструмент соціокультурної активності певної частини суспільства.



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Вона формує сучасну масову свідомість, впливає на неї, управляє та маніпулює цією сферою. В цілому інтерпретує і будує інформаційний простір.

Ми вже писали про те, що посилення динаміки інформаційних обмінів як наслідок розвитку інформаційно-комунікативних технологій серйозно актуалізує одну з базових потреб людини – потребу в виробництві та передачі інформації. Сьогодні український сегмент Інтернет та мережева аудиторія є однією з найбільш швидкозростаючих у світі. Так, за даними Держстату в цьому 2019 р., чисельність Інтернет-користувачів нараховує в Україні 23,6 млн абонентів. Ця кількість за останній рік збільшилась ще на 7%. Тільки 70% українців користуються всесвітньою мережею (порівняно з показником 63% рік тому). Збільшився і час перебування у мережі: 82% користувачів підключаються до Інтернету кожного дня, 14% раз на тиждень або частіше, і лише 4% декілька разів на місяць.

Величезна кількість блогів, що існує в мережі відрізняються за тематикою, цілями, інформаційною складовою. Фактично всі блоги зв'язані між собою. Взаємна тематика і передача новин один одному, об'єднання у певні групи, інформаційні форуми, тощо.

Таким чином, в блогосфері формуються суспільні думки, виростають лідери, які здатні серйозно впливати на соціум. А найбільш цікаво – будувати вторинний контент – продукт – артефакти в Інтернет-просторі, по суті зроблений штучно, а тому використаний часто для маніпуляцій громадською думкою. Блогосфера таким чином,

перетворюється інструментом певної політики в соціокультурній сфері. А блогера ми можемо розглядати як суб'єкта певної інформаційної технології.

Блогер формує цілі своєї інтернет-діяльності, використовуючи інформацію і інші ресурси комунікації для їх досягнення.

Деякі автори при опису структури блогосфери виділяють наступні елементи:

- цілі, що формують суб'єкт, який створює блог;
- інформація (що відповідає певним об'єктивним реаліям);
- предмет діяльності блогера;
- суб'єкт, як творча індивідуальність [58, С. 67–68].

Нам здається цілком коректним виділити деякі головні на нашу думку функції блогів в соціально-культурній сфері:

- у блогах велику увагу приділяють тим новинам соціокультурної сфери, які не висвітлюються традиційними медіа;
- блоги часто виступають з оцінками подій в контенті ЗМІ, як своєрідні цензори медійного простору;
- дискусії в блогах можуть носити більш конкурентний характер ніж у іншому інформаційному просторі, в якому не завжди діють прості принципи так званої медійної демократії. Боротьба цінних орієнтацій буває важливішою за боротьбу фактів.

Активними блогерами, як правило, є молодь. Саме тому, головні особливості характеру контенту блогів обумовлені відповідними рисами цієї соціальної групи. Недостатня соціальна - психологічна зрілість та

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

незавершена професійна соціалізація, радикалізм в діях і оцінках багатьох цінностей життя і особливо у виборі засобів і форм досягнення цілей. На жаль, спеціалісти відмічають такі особливості як криміналізація свідомості, екстремізм, агресію і різні прояви девіантної поведінки.

З іншого боку, фахівці помічають в численних дослідженнях такі риси блогосферних проявів як соціальний песимізм, невпевненість в цілях своєї активності. А поряд з цим – тенденцію до відволікання від реальної діяльності і активність в такій сфері як, наприклад, волонтерство.

В цілому українська блогосфера як інструмент інформаційного впливу інтенсивно зростає. Найбільш помітними блогерами стають досить відомі в суспільному житті особи – політики, діячі культури, які доповнюють цю сферу інтернет активності, де є особи переважно суспільно мало відомі.

Але важливо те, що блогери переважно молоді люди, які висловлюють думки про численні феномени і тренди соціокультурного життя суспільства. Нарощуючи інтелектуальний потенціал, блогосфера впливає на мережеві комунікації до того стрімко, коли формується певна мережева соціально - культурна еліта. Зростає суспільний авторитет блогерів. І нас вже не дивує, коли новообраний парламентарій української Ради в графі професія пише – «блогер». І цього досить для ідентифікації його професії, кваліфікації, тощо.

Цікаво, що вплив і авторитет певного сегменту блогосфери і її авторів майже не зв'язані з реальним місцем

цієї особи в соціальній ієрархії. Мережеві соціокультурні структури і реальний культурний простір не співпадають. Як не згадати факти з біографії відомих співаків, кіномитців та ін., які починали свою творчість, працюючи двірниками, різноробочими, то що. Хто і де працює в реальному світі серед авторів мережевих інтелектуалів часто таємниця. Але можливість самореалізації в духовному сегменті життя без професійних чи фахових обмежень - безумовно досягнення нашого часу.

Вивчення думок і оцінок блогерів відносно тих чи інших соціокультурних феноменів дає певні можливості реклами ідей, символів, суспільних поглядів. А можливо і шляхів вирішення справжніх суспільних проблем. Ми впевнені, що моніторинг такого гатунку треба перебільшувати. Блогосфера виступає значущим інструментом у сфері паблік рілейшнз, оскільки має потужний вплив на формування громадської думки. І її роль в формуванні ставлення до тих чи інших явищ та подій стає досить вагомою.

На останнє зазначимо, що сьогодні відношення до блогосфери в цілому є суперечливе, відповідає не простої природи самого явища. Вплив блогосфери на суспільну думку, соціальний портрет сучасного блогера - потребує серйозних наукових досліджень.

Згідно з аналізом О. Михайлової, ера, коли великі корпорації, державні структури та медіа-магнати мали виключний контроль над інформацією, поступово закінчується. Це відбувається завдяки тому, що Інтернет

розширює можливості для різноманітності інформаційних джерел і демократизації доступу до інформації [32, с. 130].

Можливості, які надає блогосфера безмежні, а її користувачі реалізують абсолютно вільно як бажання реалізувати свій культурний, інтелектуальний та інформаційний потенціал, так і можливості ознайомлення з контентом блогів та її обговорення. Ініціатива, талант і технічні можливості – це всі чинники такої діяльності на відміну від традиційних медіа засобів.

Приклад-Україна. За поширеною думкою блогосфера в нашій країні найбільш активно почала розвиватися у XXI ст. З багатьох блогів, які переважно були спілкуванням знайомих між собою користувачів іншими словами друзів, почався перехід до справжньої блогерської активності.

Цей період можна охарактеризувати як етап формування громадянського суспільства в Україні. Таким чином, найдемократичніший сегмент користувачів Інтернету почали реалізацію своїх думок, спільних соціальних зусиль в мережі. До речі, цілком закономірним здається співпадіння цього часу з подіями «помаранчевої революції».

До цього часу досить обмежена аудиторія блогів впевнено перетворюється в важливий тренд розвитку медіа. І таких знакових видань як «Financial Times», «The Economist», «Le Figaro» з'являються рубрики «блоги». Ця тенденція в Україні проявляється у виданнях «Кореспондент» і «Українська правда», що була заснована Г. Гонгадзе. Де саме і з'явилися з власними блогами такі відомі журналісти як С. Лещенко, І. Луценко та ін.

Д. Карпф аналізує, що з появою блогінгу як значущого засобу масової інформації, який став сприйматися серйозно, існуючі медійні та політичні інституції також інтегрували цю технологію у свою діяльність. Значні медіаорганізації почали залучати блогерів на постійній основі для створення контенту. Також, політичні партії, комерційні структури та лобістські групи активно включали блоги до своїх вебсайтів [34, с. 131].

Саме тому велика кількість блогерів вважають цю діяльність різновидом журналістики. А такий відомий дослідник як Д. Гілмор ввів в науковий обіг поняття як «громадянський журналіст», де по його визначенню перші представляють відповідно громадянське суспільство і контролюють владу, а другі інформують суспільство про волонтерські ініціативи. самі ж блоги є «народною журналістикою, що створюється людьми для людей» [15, С. 225].

Блоги, як рубрики в засобах масової інформації, сьогодні стали повсякденним явищем. Вони цікавлять аудиторію своєю миттєвістю поширення інформації. На відміну від традиційного контенту ЗМІ їх не треба редагувати, перевіряти і таке інше. Вони оприлюднюються дуже оперативно. Ми можемо привести приклади випадків, коли саме блогосфера стала джерелом первинної інформації для телебачення і газет про значні події.

Але як часто буває переваги в чомусь переходять у недоліки. Блогосфера може дезінформувати без будь-яких юридичних наслідків. «Чорний піар» криється здебільшого саме в блогах. І кінець репутації того чи іншого об'єкту

цього явища, можливо і тимчасово досягається саме через блоги і її суб'єктів. Криза довіри до сучасних ЗМІ – явище поширене і на жаль поки що не подолана. Якби ми не вітали плюралізм думок в інтернет – просторі, його тотальний і всеохоплюючий характер дає можливість існування всіх можливих дискурсів від маргінальних до радикальних, від проявів всіх форм свободи до непристойностей які не можуть бути в контенті ЗМІ.

Цікава точка зору С. Дацюка яку він висловлює в роботах по теорії віртуальності. Інтернет-мережа, як відзначає дослідник, є незалежною від традиційних статусних обмежень, протиставляючись комунікативним стратегіям державних органів. Автор акцентує на тому, що Інтернет трансформує культурні практики, змінюючи систему, в якій доступ до комунікації був забезпечений через соціальний статус, на систему, де комунікаційні можливості є відкритими і мережевими, дозволяючи взаємодію без статусних бар'єрів. В такому контексті, мережа сприяє демократизації комунікації, ігноруючи ієрархічні рівні [11].

В зв'язку з цим можна згадати дискурс відносно скептичного ставлення офісу Президента України від спілкування з журналістами на користь безпосереднього спілкування з населенням країни?! Контент повідомлень в блогах сприяє плюралізму, оминучи сучасні культурні і етичні норми, що зазвичай регулюють суспільство. Така відмова приймається широким полем користувачів. Скандальні повідомлення популярні, а блогери, що їх

«випускають» в мережу набирають безмежну кількість лайків.

За висловом С. Коноплицького саме тут криється основа так званої інтернет-залежності. А далі поширення негативний регрес-тенденцій в культурі користувачів. Коли традиційні норми та правила стають неефективними чи недостатніми, виникає потужна маніфестація базових, інстинктивних реакцій, які раніше були придушені [20, С. 52]. Що зазвичай становить зміст блогів? Люди часто читають про дозвілля і повсякденні звички, природу, особисті характеристики та психологію. Значна частка цих повідомлень малозмістовні, а користувачі мережі відносяться скоріше до скайп-товариства, ніж до соціокультурної активної частини суспільства.

Розважальний контент блогів супроводжується до того ще й ілюстраціями: карикатури, фото, різного роду зображеннями. особливе місце займають смайли – символічні зображення тих чи інших емоцій.

В 1963 р. Х. Болл американський комерційний художник на замовлення страхової компанії створив зображення посмішки, а сьогодні смуток, здивування, байдужість та інші емоційні прояви настрою найпопулярніші символи в мережі. Смайлики, включаючи анімовані, тобто рухливі, які танцюють, плачуть, вітаються, являють собою піктографії сучасним різновидом. Так, завдяки мережевому простору піктографії пройшли сторічну, а навіть тисячорічну еволюції від давньоєгипетських ієрогліфів до сучасної символіки. Архаїчний засіб фіксації контенту в електронну добу!



Символічно звучить заголовок твору М. Маклюєна «Африка всередині нас», яка присвячена неписьменній культурі в електронному світі [28, С. 69]. Цей вчений ще в середині 70-х років, стверджував, що електронні засоби комунікації настільки трансформують свідомість людини, уявлення про світ навколо нас, як в давні віки засоби письма міняли розвиток людини і її уявлення про цивілізацію.

Письмена культура формує пасивне сприйняття культурного продукту – книги чи фільму. На відміну від цієї традиції блогосфера орієнтована на активну аудиторію, яка коментує, поширює інформацію. Стає учасником комунікативного простору, яким і є інтернет простір, щодо того також передбачає особистий пошук інформації. Блоги стають приводом початку дискусій, обговорень, численних моментів тощо. Майже всі блогерські платформи визначають коментованість його контенту. Пропонують відвідувачам набори опцій для висловлення ставлення і оцінки блогу до автора і змісту.

Таким чином репрезентується рівень культури автора і користувачів свого роду її соціокультурний потенціал. Зрозуміло що більш коментованими виявляються блоги суспільної та публічної тематики, в порівнянні з контентом приватним, чи регіональним. А після поширення в нашій країні мережі Facebook з 2011 р. саме її рекомендації інформативно й репрезентативно свідчать про адекватні масштаби популярності того чи іншого сегменту блогосфери.

«Коментування блогів – як справедливо зазначає О. Михайлова, – є специфічною формою публічної

комунікації» [32, С. 138]. Люди знайомі в реальному житті, навіть ховаючись за ніками додають до свого спілкування певного шарму довірчих відносин. З іншого боку, цілком анонімне спілкування теж має право на існування. Назвемо його терміном «Карнавальний», отже псевдо нікнейми притаманне більшій частини блогерів.

Фахівці в галузі соціальної психології мають рацію стверджувати про контент самореалізації та контент ідентичності, які переплітаються в мережових спілкуваннях. Завдяки віртуальній самопрезентації можливе сьогодні ефективне керування суспільним враженням про себе. Таку ситуацію ми повинні оцінити позитивно, маючи на увазі, що реальна особа, яка криється за ніком може бути цілком публічною в реальному житті, а її офіційний статус дозволяє виставляти погляди, оцінки, та інші судження на публіку.

Переконання не завжди відповідають суспільному місцю особи публічної. Віртуальна дійсність в «карнавальній» формі дає можливість самореалізації більш повної і цілком свідомої. В кінці кінців ми не засуджуємо акторів, які завдяки професійної специфіки мають можливість прожити не одне життя, а багато інших!

Безсуб'єктний дискурс має право на існування і стає все більш поширеним. Цікава думка О. Михайлової про те наскільки коректним взагалі є вживання самого поняття «анонімність», коли йдеться про способи самореалізації користувачів мережі [33, С. 139]. Так взагалі, читаючи нік, а можливо і фото автора – ми не тримаємо в руках його паспорт. Фото ми називаємо аватаркою. І навіть посилання

блогера на свою сторінку в Facebook не є гарантією достовірності даних про певну особу і інформацію, що він поширює.

Деякі висновки, які ми можемо тут сформулювати:

1. Блогосфера в багатьох частинах можна аналізувати як форму цілком медійного продукту;

2. Цей продукт унікальний, інноваційність якого зумовлена технологіями Інтернет;

3. Мережа блогосфери за роки свого розвитку створила специфічну культуру, яка включає оригінальну стилістику, форми і засоби комунікативних взаємодій. Оперативність, свобода, демократичність у створенні і поширенні інформації робить блогосферу центральним полем соціокультурної трансформації сучасного світу.

Нарешті, з чого починається спілкування між двома, трьома і т.п. людьми? З того, що ми призначаємо час і місце зустрічі. Іншою мовою міжособова комунікація відбувається як взаємодія в певному просторі і часі. Саме цієї компоненти немає в мережевому просторі. Блогосфера відкрита с точки зору часу, в ній відсутні просторові координати. Ця обставина детермінує нову якість спілкування, нові риси комунікаційного процесу.

Це стосується як традиційних форм письмової і усної комунікації, так і нових моделей спілкування, насамперед таких як блоги. З цієї точки зору, блог як певний особистий Інтернет - простір складається із трьох головних компонентів. це:

- засоби самоідентифікації та самореалізації автора (блогера);

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- сукупність повідомлень, які зробив блогер за певний час, що називаються пости;

- так звана діалогічна частина.

Блоги можуть бути особисті, коли у нього автором виступає одна особа і групові – де авторів декілька. У відповідності до вищесказаного автор чи група авторів ставлять різноманітні завдання і стратегічну ціль у створенні певного контенту повідомлень:

- інформування про подію чи факт реальної діяльності;
- оціночне відношення до певної події;
- анотування інформації про подію яка планується;
- коментування інформації про предмет комунікації;
- інтерпретація думок іншої соціальної групи чи особи та ін.

Вибір контенту тактичних засобів його донесення до аудиторії в свою чергу залежить здебільшого від статусу блогера, головним чином, фаховостю і професіоналізмом в певній сфері соціокультурного простору - предмету повідомлення. Значно відрізняються блоги, що створенні професіоналом - блогером і контентом блогерів - аматорів.

Як правило для творчості фахівців характерна інформаційна стратегія повідомлень, як для аматорів модальна - оціночна, тобто домінуюча суб'єктивна оцінка, що відповідає уявленню аматора про предмет, часто не зовсім справжній, а більше контраверсійний.

З іншого боку блоги професіоналів-блогерів і блоги аматорів майже не відрізняються засобами самопрезентації. Вони в обох варіантах можуть бути:

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- вербальним, що вміщують нік (ім'я чи псевдонім), назву блогу, його «статус» (підпис);
- невербальним, які включають дизайн блога, картинки (аватар), аудіовізуальний контент і т.і.

Кожен пост фіксує термін його публікації, що дуже важливе для подальшого його коментування, тобто для реалізації наступної складової блогу – діалогічної частини.

Яка тематика блогів найбільш поширена сьогодні в сучасній блогосфері? Аналіз великої кількості англomовних блогів свідчить, що для блогерів – аматорів найбільш поширеними є теми:

- «образ життя» (здоров'я, релігія, мистецтво, мода, домашні тварини, їжа, сім'я, будинок, подорожі);
- «розваги» (книги, аніме, комікси, ігри, музика, фільми, селебріті, ТБ).

Таких блогів значно менша кількість в блогосфері. Вони включають у своє змістовне наповнення багато сленгу, ненормативної лексики і суб'єктивні оцінки по певним предметам повідомлень.

Для професійних блогів, яких значно більше характерні теми:

- високі технології;
- бізнес;
- наука;
- екологія;
- право та ін.

Вони як правило сприяють появі та поширенню нової інформації і вміщують багато спеціальної термінології і фахових оцінок. Це цілком зрозуміло, якщо брати до уваги,

що більшість блогерів - професіоналів мають досвід роботи в ЗМІ, маючи уяву і навички у структурі повідомлень, лексиці, певних термінологічних особливостях та використанні фраз-кліше.

Блог – це завжди особистий простір професіонала чи автора-аматора і тому ініціатива комунікаційного обміну і її регуляція належать виключно автору, а контент націлений не на певну особу, а в широкий Інтернет-простір, що потенційно необмежений ні часом, ні простором. Але в той самий час для більшості блогерів як для профі, так і для аматорів пости стають можливістю мати «своє обличчя» в Інтернет-просторі, викладати свою думку і свою оцінку по тим чи іншим новинам чи подіям. В графі «професія» сьогодні, ми часто чуємо – «блогер». Причому, це може бути блогер-фрілансер, не маючий іншої професійної діяльності і в той самий час бути лідером суспільної думки в певній сфері.

Створювати та вести блоги сьогодні має можливість кожна особа, яка використовує соціальні мережі. Незалежно від професійного фаху чи при його відсутності, на-першу ліпшу тему, що турбує суспільство

Деякі попередні підсумки, що важливо зробити зараз:

- Культура людства, яка включає в себе різноманітні об'єкти та результати діяльності, створені штучно, завжди виступала як зібрання артефактів, що протистоять природному середовищу. Усе, що формується у віртуальному просторі та відображається на екранах, є продуктом людського розуму. Цей штучно створений світ генерує нові можливості для трансформації соціальних і

культурних практик. Водночас наше сприйняття світу формується не лише об'єктивною реальністю, яка нас оточує, але й нашими уявленнями та оцінками цієї реальності [30].

- Ідея множинності реальностей, як зазначає М. Кастельс, визначає віртуальний простір як середовище, де відбувається формування соціокультурних кодів та конструкцій. Цей процес ґрунтується як на об'єктивній реальності, так і на безмежній кількості смислів, які постійно створюються людською свідомістю.

- Віртуальний простір Інтернету можна вважати своєрідною театральною сценою. Особливістю мережевої комунікації є її безперервність, яка відрізняє її від традиційних театральних вистав. Інтернет створює формат безкінечного «карнавалу», де кожен учасник має можливість виконувати різні ролі, приміряти нові маски та створювати певні образи для комунікації від імені цих образів.

- Блогосфера є моделю соціуму, сконструйована саме через віртуальний підхід, де реальне набуває іншого змісту у відповідності до суб'єктивного світ уявлення. У віртуальному світі стає можливим «прогнути» світ під себе, стати справжнім суб'єктом свого життя, а можливо життя мільйонів.

Відкритий простір мережевого Інтернету надає необмежені можливості для самореалізації та розкриття унікального потенціалу кожної особистості [31].

## РОЗДІЛ 3

# ЛЮДИНА В ПРОЦЕСАХ СУЧАСНИХ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

### 3.1. Розвиток культурних практик в мережевому світі

Аналітичний перегляд феноменів соціокультурних перетворень, що відбулися у недавній період, зумовив включення до наукової лексики концепції «нова соціальна та культурна реальність». Цей термін виявляється ефективним для глибокого розуміння та синтезу цих перетворень, пропонуючи інтегрований підхід до опису їх цілісності.

Філософським обґрунтуванням цієї концепції давно займалися українські культурологи. З цими дослідженнями пов'язано перенесення культури як однієї із сфер суспільства, в якість загально людської реальності, свого роду універсуму людського буття, життєвого простору. Культурний контекст сьогодення істотно впливає на формування свідомих дій особистості, визначаючи їхні стратегічні напрямки та методи організації. Окреслений методологічний підхід допомагає сформулювати поняття контенту соціокультурної реальності, репрезентувати головні складові соціокультурного потенціалу, соціокультурного простору.



Трансформація соціокультурної сфери в свою чергу відображає основні тренди змін в сферах соціального життя і перетворень в сфері культури, центральним фактором в якій виступає зміни інформаційного чинника. Як зазначає Є. Р. Борінштейн, нова соціокультурна реальність, яка є відображенням стану культури, виникає зі складної взаємодії соціальних і культурних контекстів епохи. Вона інтегрує та консолідує досягнення попередніх етапів культурного розвитку, сучасності та модернізації, запроваджуючи інновації у сфері культурної практики [5, С. 96].

Інформаційна складова в цьому процесі на наш погляд відіграє центральну роль. Це не просто складова сучасного соціокультурного потенціалу, а радикальний фактор впливу на забезпечення якості контенту культури, її інтенсифікації в постіндустріальному суспільстві.

Принциповим, з методологічної точки зору, є той факт, що в останнє десятиріччя зміни в сфері соціокультурних проявів, трансформаційні процеси, що відбуваються як в Україні, так і на міжнародному рівні, відзначаються унікальною широтою та масштабністю. Ці зміни, охарактеризовані як глобалізація, відбиваються через постіндустріальну інтернаціоналізацію в різних сферах – від економіки до соціокультурних зв'язків, сприяючи зміцненню взаємодій між націями [43, С. 7].

Актуальний етап глобалізації, за словами О. Р. Копієвської, визначається впровадженням і широким розповсюдженням технологій супутникового зв'язку та Інтернету. Ці інновації стали основою для створення

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

глобальних інформаційних мереж і соціокультурних потоків, що забезпечили безпрецедентний доступ до загальнолюдських знань і дали змогу сформувати метафоричний «мозок» планети [21, С. 244]. Цей процес інтеграції сприяє створенню інформаційного суспільства і змінює основні культурні структури, відіграючи вирішальну роль у формуванні сучасної культурної ідентичності [21, С. 7]. Фахівці вважають, що головними ознаками інформаційної трансформації сьогодні є:

- домінування телеінформації, яка стала всезагальною;
- інтенсивне поширення Internet мереж;
- загальна медіатизація суспільних зв'язків, включаючи міжособові.

Ці процеси отримали назву «революція аудіовізуальних мас-медіа», а сама медіатизація соціального простору охоплює всі верстви населення і практично всі всебічні прояви публічного і не публічного існування людини. Причому всі дані вище структурні компоненти інформації трансформуються настільки інтенсивно, що телебачення за даними останніх світових досліджень поступається місце Інтернет-мережам. А останні в свою чергу починають перетворюватися в головний тренд змін соціально-культурного простору.

Якщо на статус домінуючої соціальної мережі телебаченню знадобилося 40–50 років, то інтернет-мережі проходять цей шлях значно швидше. І вже сьогодні ми можемо бачити і прогнозувати підсумок цієї трансформації. Більш того, ми самі стаємо об'єктами і суб'єктами(!) цієї трансформації.

Але сучасне суспільство, як справедливо зауважила О. О. Сусська, виросло в книжковому середовищі. Однак, «мережева культура» залучає до свого простору все ширше коло людей. Сучасний етап інформатизації характеризується можливістю доступу до віртуальних даних про різноманітні об'єкти, що відкриває нові перспективи для аналізу та інтерпретації інформації. Ця зміна уможливорює «подорожі» віртуальним простором, що, в свою чергу, формує унікальні умови для багатьох сфер життєдіяльності. Застосування системного підходу, який розглядає окремі елементи суспільного життя як складові загальної соціальної структури, дозволяє віртуальній комунікації здійснювати зв'язки через розгалужену мережу, що підтримує цілісність і функціональність суспільства [46, С. 11]. Саме технологізація процесу впливу на масову свідомість в соціокультурній сфері стає причиною зростання маніпуляцій соціумом. Звідти і так звана маніпулятивна стратегія розвитку масової свідомості на відміну від гуманітарної стратегії.

Цими стратегіями, до речі, все більше користуються політичні угруповання і політтехнологи, зважаючи на можливості для здійснення відомого вибору особистістю.

Інформаційне поле людини стрімко змінюється як у напрямку його глобалізації, так і індивідуальної заглибленості. І тут ми знову повинні згадати блогосферу, де наглядно можна помітити як зміни інформаційного простору особистості позначаються на зміні засобів масової інформації. Сучасні ЗМІ в сфері соціокультурної діяльності

беруть на себе функції, які були притаманні іншим засобами та інститутам культури. Соціокультурна та цивілізаційна глобалізація сьогодні «гомогенизує і розчиняє» у собі тільки слабкі локальності, структурно та функціонально неповні, інформаційно «анемічні» [46, С. 81]. Один з прикладів вищезгаданого, відсутність в Україні власної національної відеоіндустрії. А в цей час завдяки Інтернет, ми ходимо один до одного в гості, зустрічаємось зі знайомими, які знаходяться за тисячі кілометрів, робимо покупки і таке інше.

Всесвіт стає глобальним для особи, яка зменшується у своїй власній домівці. Безумовно, рівень самореалізації людини залежить як від її життєвого простору, так і від соціальної активності. А місто, як фон соціальної дії, в свою чергу не тільки вирішує проблеми людини, а і породжує їх. Ми робимо все для забезпечення свого соціального статусу (та своїх близьких). Розширюємо матеріальні і духовні умови життя, але робимо це в рамках соціального простору, що забезпечує місто та його життєвий ресурс.

Звичайно слідуючи за Е. Тоффлером, можемо сподіватися, що в інформаційному суспільстві почнеться відродження людини. Здійсниться гармонія свободи та справедливості [55]. Однак людська думка безліч разів оновлюється в світовому майбутньому, що надає технічний прогрес. Сьогодні Internet черговий крок на шляху поширення та обміну інформації, виглядає як панацея, що переверне свідомість та якість життя.

В кінці 19 ст. Ф. Ніцше, кажучи про своїх сучасників, не міг зрозуміти що люди це дійсно тільки машини, що

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

думають, пишуть і говорять» [35, С. 63]. Сьогодні інтенсивно вдивляючись в монітор комп'ютера, телевізора або телефон, ми знаходимо сучасні засоби аскетизму, втечі від реальності, від необхідності активно формувати свій інформаційний, соціокультурний, а в кінцевому разі життєвий простір.

В цьому контексті треба підкреслити, що соціокультурний потенціал як елемент функціонування міського простору не може бути приватним чи замкнутим певною квадратурою, навіть офіційно існуючого. В умовах глобального світу, соціокультурний потенціал окремого міського простору передається та поширюється від первісних рівнів до загальнолюдських, в іншому випадку високий рівень соціокультурного потенціалу веде до високої конфліктності, недовіри в певних соціальних групах. Так само характерно і в випадку дефіциту соціокультурних ресурсів в певному міському просторі.

Інформаційна складова суспільного життя без зайвого зусилля дозволяє вирівняти умови життя, доступу до благ цивілізації різними верствами населення по різні боки того чи іншого суспільного устрою, культурної ієрархії тощо. І саме у цьому контексті зростає актуальність сучасного вивчення емпіричної інтерпретації соціокультурного потенціалу, його інформаційного чинника. Вимірювання та операціоналізації цього явища. Ця проблема не є предметом нашого аналізу. Ми тільки відмітили її не вивченість і центральну роль в методологічному підході до цієї проблеми знання функціонування соціальних мереж. Вони (соціальні мережі) є своєрідний каркас відтворення

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

соціального потенціалу взагалі і його культурної компоненти зокрема.

Вивчення традиційними засобами соціальні мережі, сьогодні припускає фіксацію формальних сторін участі в соціальних мережах. Більш цікавий підхід сформулював Ф. Фукуяма, який включив в предмет вивчення кількісні показники, добровільна кооперація і довіра, оцінка інтенсивності зв'язків [59]. Але в цьому випадку мова йде головним чином про опосередковані індикатори вимірювання, які потрібно виробляти. Можливе вимірювання соціокультурного потенціалу засобами функціонального підходу, але це теж завдання для подальшої перспективи вивчення.

В якості висновку скажемо, що соціокультурний потенціал міського простору має такі компоненти як окремо соціальний, культурний, інформаційний, людський контенти. Вони інтегровані один-в-одний, забезпечуючи трансформаційні тенденції подальшого розвитку. А міський простір може розглядатися як мережа в сукупності різних суб'єктів та об'єктів.

Саме термін «мережа», на наш погляд коректно описує сукупність інформаційних взаємозв'язків між особистостями, між собою та певними регіональними інституціями. При чому певна замкнутість в міському просторі, як ми вже відмічали раніше, не створює для вказаної мережі відокремлення від світу завдяки процесів глобалізації. В свою чергу сучасна трансформація соціокультурного середовища породжує необхідність у перегляді підходів до управління даними процесами, а

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

відповідно і до менеджменту. Маючи на сьогодні наявність так званого залишкового принципу забезпечення в сфері культури не складає труднощів в розумінні гостроти проблем дозволя в агломерації. Надаючи кожному індивіду рівні (як нам здається) можливості в самореалізації, ми ставимо «забори» в матеріальних складових культури, через які пересічній людині, дуже важко побачити справжню культуру.

Мікросесвіт людини – місце де він живе і приймає головні для себе рішення, піддається всім кризам, які характерні для суспільного простору в цілому. І не кожна людина може вирішувати проблеми самотійно без суцільного краху своєї індивідуальності. В 2013 р., спираючись на праці великої кількості західних фахівців, президент НАПН України В. Кремень писав про головні тенденції в трансформації суспільних відносин, що почалися в другій половині ХХ віку: сформування мережевого суспільства ініціювало появу нової економічної моделі, що характеризується інформаційними та глобальними аспектами. Це суспільство, засноване на мережевих зв'язках, стало каталізатором для розвитку культури, яка може бути описана як культура реальної віртуальності, що відображає злиття реального та віртуального просторів в єдине культурне поле [23]. Фундаментальна ідея сучасної віртуалістики сьогодні вже не є надбанням тільки західної наукової, насамперед, американської думки. Вона розглядається досить широко і в вітчизняних дослідженнях, як правило в трьох аспектах: з точки зору концептуалізації революційного рівня розвитку



цифрових технологій; ідеї багаточисельності можливих світів; визнання відносності так званого «реального» світу [52, С. 37].

Віртуальна культура як складова сучасного інформаційного соціуму, настільки поширюється в людському повсякденному житті, що для нас все складніше розрізнити реальну діяльність в соціокультурному просторі від імітації цієї діяльності. З одного боку для кожного людського суспільства його культура на певному історичному відрізку часу є щось системне, цілісне. Культура як об'єктивно, фактологічного існуюче явище охоплює весь спектр людського життя. Вона є всюди, до чого торкається інтелект людини, його воля і цілепокладання. Але з іншого боку, Інтернет часто стає заміником культурних явищ, а віртуальна реальність не тотожна культурі в цілому, з успіхом сприймається як справжня модель світу.

За допомогою технічних засобів будується модель присутності особи в ілюзорному просторі, при певному впливі по-перше на зір та слух, а також і на інші рецептори людського організму. А матеріальним фундаментом віртуального простору виступає його Величність Інтернет, без якого пересічна людина вже не може повноцінно існувати. Інтернет-брама в мережевий світ, безпосередньої комунікації, інформаційного потоку та глобальну культуру.

Все більшого поширення набувають віртуальні екскурсії по віртуальним музеям і архітектурним пам'яткам. Віртуальний кіно та театральний світ робить ілюзію соціуму все більш реалістичною ніж «реальна реальність».



М. Титаренко приводить цікавий приклад з життя Інтернет розвинутої Японії. Фактично, створені віртуальне місто з населенням 10 тисяч осіб в цифровій системі, яка імітує життя міста, може зайти кожний користувач комп'ютера. Новітня цифрова графіка, віртуальне середовище, можливий вибір зовнішнього вигляду серед тисячі варіантів, які вам пропонують. Мешканці міста вступають в шлюби, спілкуються, розважаються, обирають органи самоврядування, тощо [52]. До якого ступеню можливо стирати межі між реальним і ілюзорним життям, реальною культурною практикою і віртуальним її проявом? Принципова неможливість відповіді на це питання дозволяє вказувати на головну тенденцію – кордони реальної і віртуальної культури зменшуються, копіями реального легше управляти, змінювати.

Трансформується соціокультурний потенціал суспільства і по лінії традиційних способів самопрезентації особистостей. «Мережева» людина спілкується в рамках віртуального соціуму не з людиною чи іншим об'єктом, а з образом, тобто з симуляцією, іншими словами не з тим, що існує, а тим що здається чи зображується.

Людина в віртуальному просторі сприймає образ дійсності як природну даність, живе в її межах, існуючого поряд з віртуальними двійниками, вступаючи з ними комунікацію. Важливо не бути, а здаватися, не мати традиційних соціально-культурних характеристик і рис, а контролювати їх. Обриси віртуального трансформуються і розчиняються в специфічному культурному просторі і часі, які носять глобальний характер, безмежні і без кордоні. З

величезними можливостями для конвергенції культурних об'єктів і практик, з'єднуючи аудіо- і живопис, теле- і літературу, музику, політику, науку, релігію і філософію.

Віртуальна культура охоплює суспільну думку детермінуючи нові цінності в розумінні і освоєнні світу. А розширення віртуального простору відповідно розширює можливості самореалізації світоглядних рис соціокультурного потенціалу як окремої особи так і різних соціальних, насамперед, мережових спільнот. Хоча, як справедливо відмічає В. Палкін: «Спокуса віртуальною свободою, віртуальним можливостям, які належить пройти в майбутньому кожній людині, можливо, буде таким самим важким, як спокуса грошима чи владою» [36, С. 40].

### **3.2. Віртуальний простір і культурні комунікації**

Як відомо, культура взагалі виконує в суспільстві ряд функцій, серед яких соціалізуюча, пізнавальна, гедоністична (естетична), меморіальна, інформаційна та комунікаційна. Дві останні формують простір безпосереднього життя людини, який сьогодні глобальним чином розширюється по мірі збільшення інформаційно-комунікаційних засобів.

Зазначимо, що віртуальна комунікація, яка виникла на певному етапі культурогенеза остається різновидом смислової комунікації. Контентом її залишаються образи і їх обмін, інформаційні об'єкти і взаємодія між ними. Так само як зі смислової комунікації виділялись вербальна її

частина, так і в епоху Інтернет з'явилася і почала своє автономне існування комунікація віртуальна. Що складає її головні відмінності і характеристики, які створюють нову якість комунікаційного простору в соціокультурному соціумі?

По-перше, багатовекторність та багатосистемність. Особистість одночасно перебуває в різних комунікаційних процесах і можливо по різному себе ідентифікуючи.

По-друге, анонімність. Людина може залишатися собою, стати фантастичною індивідуальністю чи залишатися невидимим. Яюсь не справжнє ім'я, не справжня візуальність, маскарадний одяг – «аватар».

По-третє, знищення кордонів комунікації. Де знаходиться твій однодумець, не має ніякого значення.

Четверте, актуальність віртуальної реальності. Поки комунікація активна – вона породжує повний образ реального. Люди, що комунікують можуть одночасно сидіти за комп'ютером, хоча можливо і асинхронність кіберпростору, яку використовують для певних особливих цілей.

П'яте, розширення простору комунікації по лінії «соціокультурна локальність – масова публічність». Все що ми маємо віртуального гатунку, може бути капсульовано, тобто локалізовано для доступу чи навички розрекламована найширшим характером.

Шосте, відсутність в віртуальному просторі умовного «фейс-контролю», чи якихось соціальних угруповань. Кожен спілкується з ним завгодно.

Далі, об'єктом соціокультурних практик піддаються вичерпній реконструкції. На заміну різного роду формам змістовного різновиддя культурних продуктів приходить однообразна цифрова основа, що забезпечує небачене досі змістовне різноманіття. Культурні лінії перетворені в крапки, з яких тепер можуть виникати не тільки нові лінії, але й нові культурні простори. Відмітимо також – розширення культурного фону комунікаційного акту. Долучення до цінностей певного субкультурного прошарку стає необмеженим.

Також, майже зникають традиції, які раніше існували в комунікаційному акті. В зв'язку з цим, зростає маргіналізація змісту комунікації і взагалі, свідомості її суб'єкта. Легко перебуваючи в іншому соціокультурному просторі, також легко стало змінюватись.

Важливо і те, що зменшується значення об'єктивного знання. Домінує не те, що істинно, а те що модне. Виникає численна кількість «авторитетів» в різних культурних практиках, осіб які самі призначають себе на роль «гуру», в тому чи іншому сегменті віртуального простору. Зрозуміло, що віртуальний простір і відповідно його комунікаційні процеси мають свій час, простір і правила існування. Його кордони в кінцевого рахунку породжує психіка людини. Але тим не менш цей соціум не може існувати без інших просторів, в тому числі реального. Активність останнього, як правило, викликає появу і певну динаміку віртуального. Саме тому віртуальну реальність часто називають штучною, створеною для вирішення певних завдань.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

А далі, звуження діалогічних форм комунікацій до полілогічних. Типовий приклад – форуми. Кожен учасник незалежно від свого статусу, часи, пола та інше, веде свою інтернет – гру, починаючи з нульової відмітки, на рівних з іншими партнерами. Кожен, цілком демократично має можливість самовизначитись, самореалізувати своє мережеве «я».

В мережеских дискусіях не перевіряють дипломів про освіту чи фаховість, приналежність до певної наукової школи чи партійній групі. Залежно від конкретних обставин, спостерігається зростання кількості різноманітних думок, причому не запланованим чином. З'являється певна мозаїка думок не пов'язаних однією концепцією. Добре це чи погано? Важко сказати. В кінцевому рахунку розширюються засоби і джерела інформації, що безперечно є позитив.

Зростають можливості соціалізації індивіда і його професіоналізації. Нові статуси отримані в мережах розширюють можливості особи для самореалізації практично у всіх сегментах соціокультурного соціуму. Глобальні контакти в соціокультурній сфері сучасної людини між тим розширюють шанси такого самого за масштабами глобального розпаду свідомості. Розвитком цивілізації культури, важливо керувати, демонструючи переваги глобалістичного мислення над агресивним рекламуванням локальної індивідуалізації. Культура глобальна, а її комунікаційний простір всесвітній.

Як ми вже неодноразово підкреслювали людина в просторі мережевої культури зростає в досить

неоднозначне місце. По-перше, великий вибір «облич» чи ролей в віртуальному просторі, різновекторність «Я», вільне, нестандартне взаємодіяння з іншими учасниками соціальних мереж збагачує соціокультурні практики людини. Але, по-друге, виникнення інтернет-залежності, детермінованість творчих практик технічними засобами (які безперечно вдосконалюються), викликають культурне відчуження і зростання так званої «симулятивної» культури [66, С. 18], причому, особа творча, все рівно намагається досягти ідентичності комп'ютерного контенту з реальним об'єктом існуючим зовні віртуального простору, а це вже негативний аспект життя у віртуалізації культури.

По-третє, анонімність віртуального існування людини, конструювання свого образу, як заманеться, бути тим, ким хоче особа в певній, конкретній ситуації, викликає «карнавальність» як центральну складову в “чатівському” спілкуванні. Відповідно до інноваційних соціокультурних практик, карнавальний статус особи, чатовий дискурс, це відчуження від практик реальних, справжніх статусів, це гра умовностей ілюзорних персон. Карнавал в розумінні як реальне життя, але оформлене особливим, гральним чином.

Нік (від англійського nickname – прізвисько) обов'язковий атрибут чатівського життя. Це теж риса карнавальності, форма вільного буття і контактів з іншими особами без бар'єрів статусних особливостей: вікова категорія, гендерність, сімейний статус, професійна діяльність, кар'єрний рівень, тощо. В культурному просторі, побудованому чатами, немає певних сюжетних ліній і

кордонів, соціокультурних практик без меж простору і часу, а спроби суміщення віртуального і реального світів, головна культурна домінанта віртуальних особистостей, що існують в чатовому соціумі.

Таким чином, віртуальна культура як середовище існування для суб'єктів-користувачів цього простору – суперечлива і симулятивна. Саме це домінує в соціокультурних практиках сучасної людини в мережах «Я» особи «розірване» існуванням в реальному і віртуальному світі. Її культурне самовизначення залежить від певного типу мережевого співтовариства до якого вона належить. Статус особи в цьому випадку детерміновано віртуальною реконструкцією її характеристик в світі реальному, якщо це вдається. В іншому разі, потрібна активна позиція віртуального «Я» для будівництва зовсім нової ідентичності.

Можливо тому, стан соціокультурної свідомості в суспільстві в цілому відповідає інформаційному етапу в розвитку суспільства і його певної інформаційної культури. Цей стан залежить від багатьох факторів про які вже йшла мова. Серед них важливе місце також займає проблема маніпулювання соціальною свідомістю в цілому, а також особливе застосування відповідних прийомів в соціокультурній сфері.

Чому так багато публікацій і досліджень з'являється в цій сфері?

По-перше, така увага обумовлена тим, що маніпулювання сьогодні носить тотальний характер. Що є наслідком різних кризових станів в сфері масової культури, а також наявністю нового соціуму, який піддається

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

повсякденному інформаційному впливу. Звідси витікає два питання: в чому особливість сучасного соціуму і його соціокультурної сфери, тобто в чому специфіка сучасної інформаційної культури. І що є феномен маніпуляції, його інформаційні технології.

Соціальне управління та певні регуляції в соціокультурній сфері були об'єктом маніпулювання завжди, на всіх етапах розвитку людства. І цей феномен завжди викликав увагу представників різних культур в різні епохи. Так, Е. Тоффлер, якого ми вже неодноразово згадували називає культуру характерну для сучасного інформаційного суспільства «кліп – культурою», підкреслюючи її різноманітність, з одного боку, та фрагментарність з іншого. Про цю особливість культури інформаційної епохи згадують також багато інших відомих футурологів та культурологів.

Інформаційна культура або культура глобалізованого світу значно змінює зв'язки особистості зовнішньою середою, життя значно менше детермінується безпосередніми соціально-економічними умовами. Це веде до зміщення індивідуальних пріоритетів в бік вільної творчої діяльності. А терміни досить численні називають таке становище в соціокультурній сфері інформаційною культурою, кіберкультурою, комп'ютерною культурою, інтернет та мережевою культурою тощо. Багатогранність культури інформаційної епохи не обмежена термінами, що наведені вище. Наприклад, культура екранна, що може за нашою думкою розглядатися як складова цього великого соціального явища.



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Екранна культура виникає значно раніше епохи інформаційного вибуху та всесвітньої глобалізації. Її історичний початок – 1895 р., Париж, бульвар Капуцинів, брати Люм'єр. Саме кінематограф як великий творець віртуальної реальності поклав початок для віртуального світу комп'ютерних мереж. Підкреслимо, що тільки на відміну від кіно, мережевий світ комп'ютерів має суб'єкти соціальної, тобто реальної дії. Хтось рекламує дії, товари чи послуги, хтось купує чи продає товари, хтось спілкується з знайомими та друзями. Це надає комп'ютерному мережевому світу соціальний зміст, яке є визначальним для трансформації соціокультурної сфери як суспільної так і індивідуальної.

Культура в рамках мереж становить щось уніфіковане. Наприклад, англійська мова мережевого спілкування та обміну інформації. Звідси поява міжнаціонального спілкування, інтернаціональної культури в інтернет просторі, поширення різного роду міжнаціональних субкультур, мережевих мемів і різного роду проектів. З іншого боку, з'являється тенденція до певної індивідуалізації різного роду специфіки в проектах, контенту соціокультурного впливу на особистість, розвитку нового інноваційного змісту. Взагалі, є багато дефініцій інформаційної культури, але в цілому, ми можемо розуміти її насамперед, як певний аспект соціокультурного простору, що отриманий і присвячений обробці інформаційного контенту. Це той вузол людської діяльності, де широкий досвід людства доходить до певної вузької методики обробки інформації.

Особливе місце тут належить культурі мережі Інтернет. Два мільярда користувачів сьогодні складає настільки значну частину активного людського сегменту, що сучасні технології виробництва, обміну і споживання інформації вийшли за кордони засобу комунікації, а стали головним засобом соціокультурного впливу на різні категорії громадян. Технології інформаційного змісту продовжують удосконалюватись. Відповідно до чого розширюється і вдосконалюється інформаційно-мережева культура. Можливо навіть стверджувати, що саме мережева чи інформаційно-мережева культура створює певний рівень розвитку інформаційного суспільства, виступаючи його своєрідним індикатором.

З методологічної точки зору такий підхід до визначення інформаційної культури в контексті соціокультурного простору дозволяє сформувати певний підхід до аналізу маніпулятивного впливу на сучасний віртуальний і реальні аспекти розвитку визначеної сфери людської діяльності.

Говорячи про сам феномен маніпуляційного впливу, визначено на початку, що сам термін «маніпуляція» від латинського «manus» – рука чи «manipulus» – пригорща, спритний фокус, махінація. Цей термін часто використовується як метафора. Але в нашому контексті, об'єктами виступають люди, певні соціальні верстви, конкретні групи населення, культурні інститути. Так, в соціологічних виданнях дається дефініцію маніпуляції як способу впливу на людей за допомогою різних засобів – економічних, політичних, психологічних, соціокультурних

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

та інших за для нав'язування певних ідей, норм поведінки і таке інше.

Як правило, маніпулятивний процес має певні характеристики:

- прихований характер відносно мети та функцій, який припускає високу майстерність і фахову підготовку суб'єкта маніпуляції;

- певна мотивація цього суб'єкта;

- одноосібна вигода від результатів цієї діяльності.

Зрозуміло, що процес маніпулювання являє собою комунікативну взаємодію суб'єкта і об'єкта інформаційної діяльності, котрий реалізується на рівні міжособової чи групової комунікації. Сам процес такого гатунку може бути реалізованим, як і автором маніпулятивної цілі, так і «третіми» особами, котрими можуть бути також деякі організації, соціальні групи і звісно засоби масової інформації. Важливим в цьому змісті також і соціокультурний контекст в якому відбувається маніпулятивна комунікація. Відносини «людина – людина», «людина – соціальна група» в даному випадку означає цілком історичні, специфічні відносини, що склалися в цьому сегменті соціального і культурного простору.

І останнє. Сучасні мережеві технології соціального маніпулювання включають такі найпоширеніші сьогодні специфічні методи, емоції та уяву. Перерахуємо деякі з них: «зміщення інформації і думки про її оцінку» і «стерео типізація», «експлуатація почуття страху», «приклеювання ярликів», «емоційна підказка», «дозування інформації» та багато іншого.

### 3.3. Віртуалізація культури як головний бренд соціокультурного статусу людини

Відомий афоризм стверджує – культура – це друга природа. Поняття культури означає величезну сферу артефактів, тобто створених людьми об'єктів, як результат самореалізації свого дієвого і творчого потенціалу. В цьому сенсі, віртуальна культура – самостійний феномен, частина загально культурного явища, що завдяки, сучасному інформаційному суспільству виникла у віртуальному просторі.

Взагалі, про віртуальну реальність, не вживаючи сам цей термін писали і античні, і середньовічні автори, але саме віртуальна культура як самостійна, побудувалась саме в період розвитку цифрових технологій. Цей масштабний феномен багатовекторний, багатошаровий і концептуально не визнаний, одночинно дослідниками. Те, що сьогодні важливо розуміти і контактувати – це певні специфічні риси явищ культури існуючих в віртуальному просторі. Її специфіка полягає в наступному:

- існує за межами офіційний інституцій;
- живе паралельно до реального культурного процесу;
- має високий рівень свободи і творчості варіативності мислення її суб'єктів;
- відсутній вектор до прагматичності, з якою пов'язані певні комерційно-фінансові очікування;

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- свідомо висловлюється ініціативний вектор, тобто намагання нового контенту зі своїми правилами, принципами і естетичними критеріями;

- і, можливо домінуюче, спроба і намагання коментувати те, чого не вистачає в культурі реального світу.

Безумовно, віртуальне, насамперед, є відображенням реального, віртуальний простір і культура, що вибудовується в ньому, копіює культуру існуючу в реальному світі – «по образу и подобию его». В свою чергу представники певних мережевих субкультур використовують традиції, цінності, норми реально існуючі для конструювання свого простору. Цей віртуальний світ для них дуже привабливий. Він кількісно швидко поширюється, а артефакти віртуальної культури набувають всесвітньої популярності. В чому саме переваги віртуальної культури для її суб'єктів?

- віртуальний простір легко трансформується відповідно залишити людини, особистим видам і цінностям;

- можливості самостійно моделювати простір, в даному випадку віртуальний, по своєму власному сценарію, можливо всупереч реальному;

- величезна динаміка і мобільність трансформаційних перетворень.

Як би то не було, позитивний чи негативний вектор домінує в інформаційному просторі культури - головне, що вони носять глобальний, лавино-подібний характер, а соціокультурні практики не встигають за динамікою трансформації віртуального простору. В зв'язку з чим певна

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

саморегуляція культурного життя відбувається хаотично, не прогнозовано, без адаптації свідомого людського життя. Людині складно зрозуміти, що зміни в культурному просторі торкаються не просто якихось його фрагментів, а сучасних соціокультурних практик в цілому. Виникнення певної категорії людей, які називають себе Інтернет спільнотою «громадяни мережі», тому підтвердження. Хоча, згадаємо як О. Тоффлер підкреслював, що нова інформаційна цивілізація зробить домінуючими інформацію та уяву. Різноманітні мережеві спільноти об'єднуються на базі різновекторних культурних цінностей, серед яких віртуальна реальність та ілюзорні, уявлені експектації (від англійського expectation – очікування) відіграють головну роль.

Мережа як соціокультурне явище багатогранний об'єкт досліджень, де найбільш відомі з точки зору культурного підходу, є кінематограф та науково-фантастична література. Чому? Тому, що саме письменники-фантасти та кінематографісти, першими по-справжньому почали освоювати віртуальний сегмент культурного простору. Тут ми повинні зробити кілька зауважень лексичного змісту. В науковій літературі, відносно предмету нашого розгляду вживаються терміни «virtual community» – віртуальне співтовариство, «online community» – онлайнове, тобто співтовариство, що «на зв'язку», на відміну «offline community», в якому фіксується взаємодія осіб в режимі реального часу.

Термін «community» – співтовариство, взагалі, має досить розмитий зміст. Це і територіально визначена група

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

людей і комунікаційно зв'язана один з одним. Можливо спільна діяльність і спільний інтерес в певній соціокультурній області. Саме території, спільна діяльність і загальні соціокультурні зв'язки – головні риси для певної класифікації мережевих спільнот, що існують в науковій літературі.

Серед інших здається цікаві і такі точки зору, де висловлюються взагалі скептичне ставлення для виділення соціокультурних мережевих спільнот, як окремих об'єкт наукового аналізу [56, С. 16]. Аргументом тут є твердження, що спільноти з приставками «кібер» чи «інтернет», «віртуальне» чи «мережева», взагалі, не існують в реальному просторі, а являються чимось надуманим.

Можна вважати доречним опис кібернетики як розширення та глибшої реалізації вже існуючих структур соціокультурного життя. З одного боку, це виступає як логічне продовження традиційних форм, з іншого – кібернетика функціонує як особливий перехідний простір, де формується нова якість соціокультурного розвитку, трансформуючи суспільство в фундаментальний спосіб.

Через те, що мережеве співтовариство об'єднують певна чи кількісна група його учасників, сукупність закріплених за кожним з них ролей, певні норми мережевої поведінки, тощо. Саме ця соціальна, хоча існуюча в віртуальному просторі, група є культурним явищем, що має історію формування, культурні норми, просторова часові характеристики, особливості соціокультурних комунікацій.

Замовленими за характером можуть бути мережеві спільноти для рекламних акцій (як правило

довгострокових), безкоштовних сервісів, публічної політики і церковних культів. Причому електронний базис - Інтернет, в цих випадках виступає не одноосібним фактором конструювання груп, а доповнюється іншими факторами за межами мережевого простору. Саме тому, мережева культура базується на сукупності субкультур, які виникають в житті реальному з їхніми носіями. І з ними переміщується в мережі з реального простору.

В цьому випадку, деякі норми мережевої культури не заважають діяльності її носіїв в житті реальному. Носії чатів, постійні учасники форумів, володарі інтернет-ресурсів, дотримуються етики поведінки, блокують контент, який цим нормам не відповідає. Але є і інші приклади. Справа в тім, що віртуальна самопрезентація, як би яскраво вона не виглядала, базується не тільки на належності до віртуального співтовариства, а і на протиставленні свого «я» цій спільноті. Звідси, таке явище, як «trolling» – провокаційне повідомлення, що посилається в мережу. Суб'єкт троллінга отримує індивідуальний статус, яскраве інтернет-обличчя, хоча можливо і негативного характеру. Але це вибір свідомий.

В зв'язку з тим, що різні мережеві культурні площадки користувачів існують досить автономно, вони не впливають один на іншого. Звідси фрагментарність, «кліповість» мережевої культури. Мережевих культур багато відповідно до безмежності віртуального простору.

Досить не лінійно будується і відношення до часу, що є невід'ємним атрибутом культурного простору мережі. Спільнота, як відомо, існує зараз і тут, в цій точці



віртуального простору. Члени спільноти безумовно мають плани на майбутнє, але їх взаємодія в мережі, певні сумісні соціокультурні практики відбуваються в «прямому часі». А це стосується і інформаційного обміну в мережі представленій певним образом – ніком. Саме так, його бачать учасники чату. І чим більше відбувається спілкування між «ніками», тим менше здається межа між реальним і віртуальним.

Взагалі, вище згадане, а також форми комунікації в мережах – телеконференції, обмін смс, чати, будують специфічну культуру інформаційно-комунікаційного простору. З одного боку здається, що чати як засіб спілкування досить бідний за можливостями, що надає суб'єктом комунікаційного процесу. Немає людини, є тільки образ, що будується текстом чату. Відсутні емоції, тональність мови, живе обличчя, очі та інше. І ніякі «смайлики» не можуть це замінити. І тим не менше, реальний вплив віртуальної культури величезний, мережа стає глобальним фактором культурної самоідентифікації, засобом подолання комплексу відчуження від світового культурно-художнього процесу, позбуття духовного провінціалізму.

Таким чином, з чого складається мережевий комунікативний простір, як нова форма соціального буття, точніше «віртуальна битійність»? Головне – поширення Інтернету детермінує так звану віртуалізацію культури. Це означає, з одного боку, абсорбцію традиційних моделей соціокультурних практик, а з іншого їх трансформацію. Центральний компонент комунікаційного простору –

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

інформація чи знання в свою чергу змінюють свої характеристики, такі як нематеріальний характер, символізм, незалежність знання від його носія, спроможність бути відчуженим і одночасно розширюватися і зростати. Вказані властивості інформації в віртуальному просторі детермінує характеристики соціокультурного соціуму, в якому вона існує. Як правило, дослідники цих процесів, по-перше, це називають гіпертекстуальний характер комунікативного буття. Комунікативно - віртуальний простір величезна кількість посилянь, цитат, коментарів, форумів та ін. З зовнішнього боку – хаос, але можливо модель для контролювання власного вектора комунікації та віртуального існування.

Другим чинником, здається відсутність традиційної ієрархії в спілкуванні. Не мають значень суспільні ознаки суб'єктів – вік, рівень освіти, стать. Цей комунікаційний простір стає контекстуальним за змістом і більш фрагментарним за формою, а домінанти залежать від якихось зовнішніх факторів, які змінюються від тої чи іншої ситуації.

Третю характеристикою, ми б назвали те, що в науковій літературі отримало назву зникнення тілесності. Комунікаційний процес зовнішнє веде не реальна особа, а щось графічне чи фотографічне – аватар та текстуальне, де вибір мови, сленгу чи інших знаків вільно обирає комунікатор, а також, різнонаправленість векторів комунікації від економічної, політичної, соціальних галузей до символічної чи соціокультурної, включаючи художню направленість.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

І останнє, зникнення авторитета істини, правдивого знання, його відповідальності реальним фактам чи процесам. Віртуальний простір будується без фундаменту реальних моделей поведінки, фактично на ілюзорних уявленнях чи образах.

Зміни у структурах соціуму і сучасні трансформації соціальності викликають певні процеси у мережевому просторі. Людина в умовах цифрових комунікацій набуває певного прискорення в бажанні самоідентифікації, самореалізації. Динамічно змінюється її взаємодія з іншими суб'єктами і об'єктами мережевої спільноти. Одним із подібних процесів є поява нових моделей інформаційних соціокультурних форм, нових форм мережевих комунікацій. Ми кажемо, про численні об'єднання користувачів Інтернет-простору, яких в різних аналітичних матеріалах називають віртуальні спільноти, інтернет-товариства, онлайн-груп тощо. Місце і статус людини в такому інформаційно-комунікаційному просторі в певній мірі і відзначається належністю до такого чи таких (їх може бути декілька) спільнот чи співтовариств. Це може бути об'єднання користувачів певного, як правило великого сайту, жителів якогось комунального чи наприклад, дачного товариства, фанів музикальної чи спортивної «тусовки», фахівців у певній вузько професійній галузі.

Прикладів може бути багато. Але важливо те, що незалежно від назви, спільних інтересів, цінностей, цілей, особливостей характеру комунікацій, а також соціальних ознак суб'єктів, об'єднання в групу інтернет-спільноти чи мережевого співтовариства (деякі дослідники проводять

тонку мережу між ними, яка нам здається надто тонкою, що б її враховувати) мають свій веб-ресурс, чітко окреслені емпірично, маючи аккаунт, свою сторінку, тобто профіль. Це «поля» їх спільної активності, міжособової комунікації, хоча до речі інколи особи знайомі не тільки в віртуальному, мережевому просторі, а і в житті реальному. Персональна сторінка товариства, його інтернет-обличчя створює своєрідний інституціональний статус товариства.

Треба зауважити, що об'єднання і форми та динаміка спільної активності є добровільним, то не дивно «зникнення» з мережі учасника спільноти на якийсь час чи назавжди. Інформаційна сторінка Facebook часто демонструє Instagram деяких мультимедійних персон, які раптом зникають. Тут треба підкреслити, що домінуючою для мережевих співтовариств, які є предметом нашого аналізу є саме соціокультурна діяльність, яка для осіб, що її ведуть насамперед виступає засобом самореалізації в рамках співтовариства. спробуємо коректною визначити наступну дефініцію мережевого співтовариства, що добровільно формується в інформаційно-комунікативному просторі соціальних мереж та оснований на спільних інтересах та цінностях в ході виробництва та вжитку соціокультурних практик.

Головними характеристиками мережевих співтовариств є наступні:

- добровільна участь в ньому і вихід з нього. Комунікації всередині мережі носять досить мобільний і незаангажований характер;

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- певний загальний інтерес (ціль) учасників. На цьому базується тема товариства;

- відсутність обов'язкового зв'язку між суб'єктами мережевої комунікації, при наявності загальних для спільноти певних соціокультурних практик, які вона реалізує.

Створення тем, постів, заміток, коментарів, загрузка файлів, тощо – все це моделі будівництва соціокультурної реальності. Безперечно цікаво класифікувати ці мережеві артефакти, як структурні елементи. Такий підхід дозволяє коректно визначати типи мережевих зразків і цілей користувачів інтернет. Як правило, домінуючими типами мережевих співтовариств виступають:

- науково-професійні, включаючи, учбові;
- громадянсько-політичні;
- творчі, за продуктами своєї власної діяльності чи орієнтовані на певні зразки чи постаті в художній галузі;
- розважальні, в залежності від дозвільних практик, фанами яких є члени товариства.

Це досить умовна класифікація, але вона дає можливість сконструювати певні визначення соціокультурної діяльності особи в інформаційно-мережевому просторі. Саме на подібній класифікації побудовані численні емпіричні соціологічні дослідження місця людини в інформаційному полі сучасного мережевого простору. Наприклад, змістові одиниці контент-аналітичних процедур прямо повторюють кластери цієї класифікації.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Практики людей в соціокультурному просторі, як засоби для самовираження водночас виступають творчим аспектом трансформації соціального творення. Отже, кожен різновид соціальної діяльності має свій культурний аспект чи культурне наповнення. У ньому є певні соціокультурні коди та значущі для розвитку особливі компоненти. В цьому власне і є мережева активність людини.

Всі вищезгадані процеси відтворюються на двох рівнях соціальних мереж – рівні особистих практик та рівні мережевої взаємодії в інтернет спільнотах. В обох рівнях відбувається багатовекторний процес творення індивідуально соціокультурного, інформаційного простору з одного боку та розвиток групових просторових практик, які можуть значно виходити за межі власного віртуального простору в реальний соціум. Формування особистого потенціалу людини і створення нею нових трендів в розвитку соціокультурного середовища навколо – різні і в той же час є ланками одного процесу – розвитку новітнього контенту культури та її інформаційної складової.

В цьому сенсі відбувається певна взаємодія особи з мережевою спільнотою в яку вона входить. Комунікаційні, творчі, ігрові, дозвільні та інші результати індивідуальних соціокультурних практик реалізуються в спільноті, тобто віртуальний соціум забезпечує можливу якість самореалізації особи. І в той самий час, перебування людини в мережевому просторі і зв'язок з іншими представниками не несуть чіткого інтегрованого характеру.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Так само і як сприйняття іншого контенту: «цікаво», «я вже про це чув», «бачив» і т.д.

Локальний контекст справжньої інтегрованості в мережевому спільноту є такі просторові взаємодії, які переходять в соціально-культурній практиці, що реалізуються сумісно. Тому інтернет-спільноти, які мають колективні творчі практики є справжніми формами соціальної самореалізації, що дійсно реалізують індивідуальні, колективні просторові практики. Саме на рівні мережевих співтовариств інформаційно-комунікативна культура в найбільшому рівні є не тільки фактором і середовищем, але і продуктом, що виробляється і відтворюється в соціокультурних практиках.

Діяльність особи в мережах, його віртуальні соціокультурні практики власне і є не що інше, як реалізація практик побутових, які кожного дня займають його час і думки в світі реальному. Іншими словами, зі світу реального особа переміщується в віртуальний простір і звісно намагається надати цьому ілюзорному існуванню риси життя реального. В цьому контексті здається, характерні риси соціальних мереж, людини та її повсякденного існування в соціумі:

- творча напруга свідомості, де знаходження у нескінченному в інформаційному просторі, детермінує особи, переходячи від одного гіперпосилання до іншого, створювати власний контент і комунікаційні змісти:

- домінанти спонтанної активності, в зв'язку с непередбачуваністю контенту, який можна зустріти;

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- специфічний психологічний дуалізм, як реальний об'єкт з одного боку і як віртуальна особа – «аватор» з іншого;

- специфічна модель загального соціального статусу в мережевому співтоваристві.

Звідси витікає наступне, що існування людини в цілому не повинно бути відокремлено від його реального існування. Віртуальне доповнює повсякденний світ, віртуальна діяльність заповнює простір реального життя.

По іншому, віртуальний образ не буде цікавим та привабливим, а інформаційний простір, що оточує людину стане мозаїчним, не суцільним. А з розпадом образу та інформаційного середовища, певним чином згортаються соціокультурні і взагалі, соціальні практики і дії особи.

Зробімо деякі висновки:

- розширення віртуального простору відповідно розширює можливості самореалізації світоглядних рис соціокультурного потенціалу як окремої особи так і різних соціальних мережевих спільнот;

- суб'єкт мережевої комунікації існує в “розібраному” стані, так як існує одночасно в реальному і віртуальному бутті. Належність до певної мережевої спільноти визначає його культурну ідентифікацію;

- культура глобальна. Її комунікаційний простір всесвітній. Можливо в розвитку майбутніх соціокультурних практик віртуальна свобода стане домінуючою рисою більш важливою ніж гроші і влада;

- в цей же час сучасні мережеві технології породжують глобальне маніпулювання соціокультурною сферою.



Інформаційний простір стає дедалі складнішим для нормальної орієнтації між справжніх і фейкових цінностей. Закінчимо думкою Юваль Ной Харарі, який відзначив, що «як свідчать новітні наукові теорії та найсучасніші технологічні засоби, розум постійно піддається маніпуляціям» [63, С. 214] проблема в тому, що розум який сконструював ці засоби, теж є продуктом прийдешніх маніпуляцій. Тому знищення цих засобів не зробить людину вільною!;

- існування людини в цілому не повинно бути відокремлено від його реального існування. віртуальне доповнює повсякденний світ, віртуальна діяльність доповнює простір реального життя. Відповідно віртуальні соціокультурні практики розширюють можливості практик реальних, доповнюючи їх і трансформуючи єдиний інформаційний простір соціуму людини.

## РОЗДІЛ 4

### ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩЕ ЯК БАЗА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ НАЦІОНАЛЬНОГО АКАДЕМІЧНОГО ТЕАТРУ ОПЕРИ ТА БАЛЕТУ ІМ. Т. Г. ШЕВЧЕНКА)

Процеси всесвітньої глобалізації все більше інтегрують новітні інтернет-технології до нашого повсякденного життя, споживчої поведінки людини, включаючи соціокультурну сферу аж до певних закладів культури. З іншого боку цифрові технологічні новації змінюють головні тренди існування і розвитку самих інституцій культурного простору. Між поняттями блогосфера, інтернет, мережевий світ, віртуальний простір з одного боку і театральна діяльність з іншого, не такий великий простір як може здатися на перший погляд. Навпаки! Театральне, насамперед умовне дійство, вигадані сюжети і умовне життя сцени – досить вагомі риси віртуального світу, реальності, що складають артефакти і сучасні міфологеми які народжуються на наших очах. Про це ми писали у попередньому розділі. Карнавальність і театральна сутність віртуального безумовно породжує багато напрямків

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

технологічного використання мережево-цифрових практик в процесі функціонування та розвитку сучасного театру.

Вважаємо, що значні соціокультурні і інформаційні практики у співвідношенні театральний заклад – віртуальне, можна поділити на дві великі групи:

Перша – використання інформаційних технологій у створенні театально-художнього дійства;

Друга – інтернет-комунікаційна складова у менеджменті театального закладу.

Саме другий напрямок дослідження було предметом деяких практичних зусиль в Національній опері України. Хоча цікаво зробити кілька зауважень відносно впливу та використанню різноманітних проявів інтернет – простору в рішенні творчих завдань театру.

Чи пам'ятаємо ми з чого почався Інтернет? З переміщення одного маленького електронного повідомлення! Сьогодні це глобальний світ віртуальної реальності, що охопила все наше існування. Саме так і використання цифрових технологій в процесі функціонування театального закладу зводиться до досить примітивного дійства – афіша в мережах, продаж квитків через інтернет, сайт. Але це тільки початок як перше повідомлення Інтернету. Віртуалізація сфери культури в цілому і театру зокрема, має на наш погляд величезний потенціал. І деякі тренди цього процесу можливо вже побачити сьогодні.

Мережеве життя викликало в уяві суспільства кілька міфів, які дуже важливі в сучасній культурі:

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- Інтернет надає можливість надягати в чаті різноманітні маски – можна стати sexu, екстремалом чи героєм містичної історії. Хоча в реальному житті ти домашня, слухняна дитина, неповнолітня і невпевнена в собі;

- Інтернет існує всюди де ти знаходишся. Мережі знають про тебе кожну хвилину;

- мережевий світ – світ суцільної ілюзії, це гра і псевдожиття.

- скептики про ці міфи кажуть:

- твій віртуальний образ сприймають як елемент мережевої гри, а не як реальність, що існує по справжньому. ти залишишся тим чим ти є;

- без доступу в мережі про людину можна дізнатися все;

- чи є принципова різниця між ігровим мережевим життям і життям реальним? Чи сама людина пише для себе сценарій своєї долі, чи хоча б самостійно її планує?

Цілком доречно встає питання: яке відношення до театру мають вищезгадані тезиси? Безпосередньо, якщо не розуміти інтернет тільки як засіб обміну інформацією, то стає вочевидь, що віртуальний простір виступає новим досить багато векторним середовищем творчості, зокрема театральної. Є багато досліджень про віртуальне мистецтво в історії театру, починаючи з античних часів до сьогодення [5, С. 88–92].

Не так давно до Києва завітав бельгійський театр віртуальної реальності CREW, труппа якого була заснована в

1991 р. Еріком Йорисом, стала першим театром, яка використовує у своїх виставах технологію віртуальної реальності.

Інтернет і комп'ютер широко використовуються як засоби виконання задуму автора. Наприклад, web-дизайн театру в його віртуальному і звуковому втіленні вже займає велике місце і поширюється в мережах. Театральні інтернет-проекти, такі як інтернет-трансляції вистав, починають займати широкий простір в соціокультурному соціумі деяких країн. Причому інтернет-трансляції вистав не є дешевим аналогом телевізійних трансляцій. Це цікаві успішні в комерційному сенсі проекти. Досить естетичні, що охоплять широкі театральні аудиторії.

Задайте собі питання – коли ви були в Національній опері останній раз? Так, можливо, стати частинкою інтернет – аудиторії досить доступний крок до цього для багатомільйонної потенційної аудиторії?

Великою несподіванкою при написанні цієї роботи, стала інформація про існування театральної премії «За створення театального простору у віртуальній реальності», що існує і кожен рік присуджується. Поєднання театального і віртуального простору це:

- інструмент на наближення театру до глядача;
- створення не тільки сайтів для глядача, але і для театральних технологів, включаючи форуми професіоналів;
- сайти бірж акторів;
- архіви театрів і її вистав;
- інстаграм – повідомлення та інше.

Скептики кажуть, що інтернет-мережі наближують мистецтво до бездуховної помийки, де не має і не може бути високої культури. Але нам здається, що справжнім смітником для культури, віртуальний простір може стати лише в тому випадку, якщо театри і його діячі будуть ігнорувати мережеві технології і не вбачати тих можливостей які вони надають сьогодні. Бездуховність – це результат людської тупості, а не наслідок процесів глобалізації. І якщо сьогодні кілька українських театрів за допомогою технологій віртуальної реальності 3D-проект «Оперні театри України» можливо відвідати в рамках інтернет-туру, то це на наш погляд цікавий початок зближення двох просторів - театрального і мережевого. Поняття VR-студія і VR-доповнення до вистави, VR-фрагмент і театральний блог або блогер, гаджет-театр і театр віртуального простору, AR (додаткова реальність), 3D-меппінг (світові проєкції на стінах і таке інше).

Ці та багато інших термінів повинні поступово зайняти місце в лекції сучасного театрального менеджменту. Як сказав якийсь фахівець, змінюються часи, змінюються формати комунікацій: смартфони витісняють книги, серіали – велике кіно. Віртуальний театр сподобається дітям покоління Z, яким важко зосередитися на традиційних виставах. А в свою чергу, дорослому глядачеві, яким набридли класичні розваги, буде цікаво дізнатися щось нове. І далі все залежатиме від таланту авторів вистав, втім, як це було сторіччями.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

Природна реальність людського буття потребує іншої реальності – реальності театральної вистави. Завдяки театру якраз і виникає незвичний, але такий бажаний світ. Світ ефемерний, але справжній, достатньо інтерактивний і цією рисою близький до віртуального. Розподіл між сценою і глядацькою залюю досить умовне. Саме в цьому життестійкість театру, який досить є консервативним мистецтвом і в той саме час спроможний вбирати в своє дійство все модернове і креативне.

Це фундамент для віртуальних декорацій і аватарів, тобто віртуальних героїв поряд з реальними акторами. Різноманітних комунікацій з глядачами безпосередньо та потенційною аудиторією в соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram та інші. Традиційна форма театрального дійства не зникне, але на наших очах з'являється дещо нове, таке як, наприклад, 100 років тому виник кінематограф.

Результатом нашої роботи, а також маленьким вкладом у віртуальний світ Національного театру опери та балету, було започаткування та створення сторінки, назви-акаунту «Nationaloperaukraine», впізнаваного хештегу «#nationaloperaofukraine» в Instagram, а також відкриття мережевого інформаційного каналу.

Головна ідея – показати життя не тільки на сцені, а і бекстейджу нашого театру через візуальний контент: яскравий, живий, емоційний і в той же час реальний. Ціллю є не тільки підвищення продажу квитків на вистави, а і вирішення таких важливих завдань:

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

- зробити театр, більш впізнаваним як національний і культурний бренд, для всіх прошарків населення, особливо для молоді і так званої «бізнес-еліти»,
- популяризація самої культури опери та балету у цілому, так і окремих проєктів,
- залучення спонсорів, партнерів,
- а також знайомство з зірками та акторами нашої сцени, приваблювати та спонукати інтерес до життя акторів та театру тощо.

Дослідження дало можливість визначити чому саме мережа Інстаграм найбільш ефективна для досягнення поставленої цілі. Цьому сприяють такі фактори:

1. Одна з найбільш ефективних соціальних мереж для просування, впізнавання не тільки в нашій країні, а і за її межами (адже ця соціальна мережа об'єднує понад 1,1 млрд людей).

2. Високе залучення та взаємодія з аудиторією (коментарі, відгуки від захопленої публіки та мережевої спільноти і таке інше), доступність, завдяки можливості використання Інстаграм, на ходу за допомогою додатка в мобільних гаджетів.

3. Ідеальна платформа для сучасної людини, що живе з високою швидкістю буття.

4. Дозволяє публікувати візуальний контент, який сприймають набагато швидше ніж текстовий, тощо.

Таким чином в цілому, поєднання театру і віртуального простору, цілком закономірний процес, який знову



## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

демонструє дивовижну спроможність театру до оновлення і трансформацій, які не порушують його класичну природу.

Блогосфера виступає специфічним інструментом комунікативної активності театрального середовища, має здатність формувати естетичну свідомість глядачів, передусім молоді, впливати на формування і потреби широких верств, управляти ним, інтерпретувати і конструювати мистецький інформаційний простір.

## ВИСНОВКИ

Якщо щось просте і зрозуміле саме пояснює себе, то складне і неоднозначне стимулює наукову думку. Трансформаційні процеси в соціокультурному просторі вимагають не тільки наукового осмислення, а і цілком певних практичних дій в менеджменті як загальнокультурної діяльності так і управління певними інституціями культури.

Перефразуючи відому думку, можна сказати, що молоде покоління – діти цифрової, мережевої культури. Втім це можна стверджувати і про покоління середнє і навіть старше. Так швидко і глобально змінюється інформаційне поле сучасної культурної сфери. Традиційний друк, телебачення і кіно, різноманітні культурно-комунікативні практики на яких формувалася масова думка ще зовсім недавно – замінюється зовсім новими засобами, які існують в інших просторово-часових координатах.

Виходячи з мети та цілей нашого дослідження, ми можемо зробити наступні висновки:

1. У нашому дослідженні ми з'ясували, що накопичення соціокультурного потенціалу, яке відбувається і прискорюється сьогодні, складає інформаційний базис культурного контенту існуючих соціальних груп, задаючи тренд їх спілкуванню, менталітету, норми поведінки і цінності. Так званий «субкультурний вибух» в інформаційному потоці характеризує неоднорідність трансформаційних

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

процесів, динаміку контенту інформації між різними соціальними групами. Відбувається своєрідна дифузія, тобто взаємопроникнення різних інформаційних потоків, традиційних і нетрадиційних, консервативних і модернових тощо.

2. Різномірність інформація. розширює культурний простір і водночас локалізує його в наше повсякденні рутині комунікативні практики. Чи можемо ми уявити сучасну людину без монітора чи гаджета в руках? Соціокультурний всесвіт є завжди в нашому кармані чи на гламурній вечірці, чи на лекції в Київському національному університеті технології та дизайну.

3. На підставі зробленого аналізу, можна констатувати, що соціокультурна комунікація стає все більш важливою компонентою соціокультурного процесу. Вона забезпечує можливості розвитку соціальних зв'язків, насамперед мережових, ретрансляцію ідей, думок, певних знань і навіть рис емоційного стану суспільства.

Можна стверджувати, що сучасне інформаційно-мережеве суспільство народжує багатовекторну взаємодію між технологією, суспільством, економікою, політикою і культурним простором. Ця взаємодія перетворює світ, але не обов'язково до кращого. Підсумки перетворень залежать від людей, які виступають завдяки можливостям соціальних мереж центральними суб'єктами цих змін;

4. У висновках відзначимо також, що віртуальний простір можна вважати особливим типом

комунікаційного співтовариства, який вирізняється анонімністю учасників та здатністю віртуального суб'єкта відігравати багато ролей. Цей простір знімає обмеження, зумовлені фізичними параметрами часу та місця, що сприяє формуванню неперервного комунікативного середовища. Однією з найбільш значущих можливостей у цьому контексті є створення образів для індивідів або спільнот, що має важливе практичне застосування у різноманітних соціокультурних, політичних та управлінських діяльностях. Культура людства завжди складалася з артефактів, які є втіленням людської творчості, ставлячи їх у протистояння природному світу. Віртуальний світ, як результат творчості розуму, який його задумав та реалізував, відкриває нові шляхи для зміни соціокультурних практик, які відтворюють реальність у відповідності до нашого уявлення та суджень. Таким чином, світ стає не просто тим, що нас оточує, але й тим, що ми про нього мислимо.

5. Ми розглядаємо інтернет як сцену, де віртуальна комунікація розвивається як особливий вид неперервного перформансу. Цей процес відрізняється від звичайних театральних представлень тим, що не має фіксованого завершення. В такому контексті, інтернет можна прирівняти до театру, де кожна подія у віртуальному просторі має яскраво виражену карнавальну природу. Учасники цього простору можуть виступати в різних ролях, вибираючи маски за власним вподобанням і створюючи образи для взаємодії. Блогосфера слугує прикладом суспільної моделі,

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

збудованої на основі віртуальних інтеракцій. Вона переосмислює реальність через особистісне бачення і досвід. Люди завжди намагались адаптувати зовнішній світ під свої потреби, але хоча це не завжди досягалось, віртуальний світ відкриває нові можливості для того, щоб стати активним учасником власного життя та потенційно впливати на життя інших.

6. Зазначимо, що в сучасному мережевому світі, саме інформаційна складова в цьому процесі має ключову роль. Це не просто складова сучасного соціокультурного потенціалу, а радикальний фактор впливу на забезпечення якості контенту культури, її інтенсифікації в постіндустріальному суспільстві. Інформаційне поле людини стрімко змінюється як у напрямку його глобалізації, так і індивідуальної заглибленості. І тут ми знову повинні згадати блогосферу, де наглядно можна помітити як зміни інформаційного простору особистості позначаються на зміні засобів масової інформації. Сучасна соціокультурна та цивілізаційна глобалізація має тенденцію до гомогенізації, асимілюючи в себе переважно ті локальні спільноти, які структурно та функціонально незавершені та мають недостатній рівень інформаційного насичення.

7. Наша робота дозволяє зробити висновок, що мережева культура в мережеву суспільстві вже стала самостійним явищем, яка є частиною віртуального простору, що виникла і трансформується незалежно від природи її походження, можливо інформаційної чи духовно-символічної. Вона існує паралельно культурі

---

### ВИСНОВКИ

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

реальної і буде конструктор різноманітний, багаторівневий і багатовекторний в існуючому складному соціокультурному просторі. В певних соціокультурних практиках здебільшого віртуального характеру нові цифрові технології і засоби їхнього застосування мають значне, якщо не домінуюче значення. Це до речі стосується і практик освітянського характеру. Електронна пошта і голосовий зв'язок, телекомунікації та дистанційний обмін інформацією, відбуваються в реальному часі, з величезною кількістю учасників, без просторових кордонів. Всі ці можливості і практики функціонування віртуального середовища.

Цілком коректним здається висновок про те, що механізм маніпуляцій в сфері соціально-культурного простору складає досить прості технологічні прийоми, а інколи контактні інформаційні «вибухи». Тобто, до характеристик маніпулятивних дій додало ще часову, просторову та організаційну структуру простих та багатоповерхових маніпуляційних дій. Маніпулювання громадською думкою, в цілому, соціокультурною сферою в величезних масштабах країни має значний деструктивний характер, включаючи такі радикальні речі як інформаційні війни. На глобальному рівні, сьогодні інформаційний простір стає дедалі складнішим для нормальної орієнтації між справжніх і фейкових цінностей;

І останнє, хоча не менш важливе ніж згадане вище: мережеві співтовариства не тільки засіб комунікації, але насамперед, соціокультурне середовище, в просторі

---

### ВИСНОВКИ

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

якого відбуваються складні багатовекторні трансформації людини і головним чином реалізація її творчих практик. Ці практики структурують соціально-культурний простір. З'являються певні елементи інформаційно-комунікаційної культури в яких різні особи взаємодіють між собою.

В цілому маємо визначити, що в рамках даного дослідження, ми зупинилися на маленькому сегменті дуже широких і важливих процесів, які відбуваються сьогодні в глобалізованому цифровому світі соціокультурних перетворень. Неможливо переоцінити актуальність їх науково-дослідницького осмислення і важливість використання знання про головні тренди цих трансформаційних процесів для ефективного використання в практиках менеджменту як окремих інституцій і закладів культури, так і політичних зусиль в сфері культури в цілому.

Не можна сказати про недостатнє вивчення цих процесів. Багато досліджень опубліковано. Велике коло фахівців та менеджерів культурної сфери опікуються сьогодні процесами соціокультурних перетворень. Але значимість цих глобальних явищ, що корінним чином змінюють всі без винятку сфери нашого життя, очевидна і потребує подальших дослідницьких та практичних зусиль. Ми усвідомлюємо, що наші зусилля є частиною процесу трансформації, створення безперервного потоку значень між різними культурними кодами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анатомія міста: Київ. Урбаністичні студії. Київ: Смолоскип, 2012. 195 с.
2. Антіпова О. П. Соціокультурний простір інформаційної ери. Дніпропетровськ: ДДУ, 2013. 176 с.
3. Афанасьєва В. В. Тотальність віртуального. URL: <https://www.proza.ru/2014/02/09/2497>.
4. Білан Н. Інтернет як простір різних видів соціальної комунікації. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. Вип. 13 (1). С. 45–50.
5. Борінштейн Є. Р. Особливості соціокультурної трансформації сучасного українського суспільства: автореф. дис.... д-ра філософ. наук: 09.00.03. Одеса: ПНПУ ім. К. Д. Ушинського, 2010. 34 с.
6. Висоцька О. Е. Комунікація як основа соціальних перетворень. Дніпропетровськ, 2009. 372 с.
7. Гегель Г. В. Ф. Енциклопедія філософських наук. Т. 2. Філософія природи. Київ, Ліра-К, 2023. 695 с.
8. Городенко Л. М. Мережева комунікація: теорії, моделі, технології: автореф. дис... д-ра наук із соц. комунікацій: 27.00.01. Київ, 2012. 31 с.
9. Городенко Л. Класифікація ознак мережевої комунікації. *Проблеми соціальної комунікації*. 2012. Вип. 13. С. 25–29.
10. Дайсон Е. Життя за доби інтернету. Release 2.1. Київ: Видавничий дім «Альтернативи», 2002.
11. Дацюк С. Парадоксальна интенція свободи в Internet. URL: [http://www.uis.kiev.ua/russian/win/~xyz/par\\_int.html](http://www.uis.kiev.ua/russian/win/~xyz/par_int.html).



12. Джадт Т., Снайдер Т. Роздуми про двадцяте століття. Київ, 2022.
13. Захарченко А. П. Виникнення та розвиток медіа-мистецтв у системі масової комунікації: автореф. дис.... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.01. Київ, 200. 31 с.
14. Зерницька Л. Глобальна політична блогосфера – нова арена політичної комунікації. *Політичний менеджмент*. 2009. № 2. С. 13–26. URL: [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/zernetska\\_hlobalna.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/zernetska_hlobalna.pdf).
15. Ілюк Н. Блогосфера як прояв громадської журналістики. Сімферополь, 2012. 223 с.
16. Інніс Г. Імперія та комунікація. Торонто, 2007. 158 с.
17. Кант І. Критика чистого розуму. Пер. з нім. І. Борковського. К.: Юніверс, 2000. 504 с.
18. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо інтернету, бізнесу і суспільства. Київ: Ваклер, 2007. 304 с.
19. Катаев С. Л. Социокультурный капитал города: Запорожье, Классический приватный университет, 2012. 159 с.
20. Коноплицький С. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний метод. Київ, 2006. 154 с.
21. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурі сучасної України: Київ, НАКККІМ, 2014. 296 с.
22. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, локальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – поч. ХХІ ст.): дис. д-ра культурології: 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
23. Кремінь В.П. Освіта: ціннісні орієнтири мережевого суспільства. *Дзеркало тижня*. 2013.30.08.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

24. Кримський С. Б. Глобалізація як трансформаційний процес. Київ: Наукова думка, 2012. 264 с.
25. Кузнецова Л. Особливості інформаційного забезпечення соціокультурного простору сучасності. *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство: матеріали міжнародного симпозиуму* (6 червня. 2019 р. М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ: НАКККиМ, 2019. С. (lnu.edu.ua) 56.
26. Лазаренко Н. Комунікація в інтернет-просторі: психологічний аспект. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2018. Том 65, № 3. С. 249–261.
27. Ланье Д. Кому належить майбутнє? Світ, де за інформацію платитимуть Вам. Пер. Е. Вороневич, О. Липа. К.: Ексмо, 2020. 560 с.
28. Мак Люэн М. Галактика Гутенберга. Київ: Ніка-центр, 2008. 387 с.
29. Мамфорд Л. Місто в історії. URL: [http://www.ukrainica.org.ua/ukr/projects/misto\\_i\\_chas/993-993.html](http://www.ukrainica.org.ua/ukr/projects/misto_i_chas/993-993.html).
30. Матяш С. В., Кузнецова Л. А. Віртуальне та його соціокультурні чинники. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2023. № 43. С. 59–64.
31. Матяш С. В., Кузнецова Л. А. Віртуальний світ: вади та переваги. *Перспективи: соціально-політичний журнал*. 2023. № 4. С. 97–103.
32. Михайлова О. Ю. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2014. Вип. 4–5 (72–73). С. 130–141.
33. Михайлова О. Ю. Блогосфера як історичне джерело. *Український історичний журнал*. 2014. № 5.

**ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ:  
МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ**

---

34. Найт Філ. Взуття-буття. Історія Nike від засновника компанії. К.: Наш формат, 2022. 432 с.
35. Ницше Ф. Народження трагедії. Невчасні міркування 1-1V. Астролябія. 2022. 624 с.
36. Палкін В. О. Розвиток віртуальної культури в умовах третьої промислової інформаційної революції. *Імідж*. 2017. № 8.
37. Плещенко К. В. Нізова блогосфера як засіб самовираження. *Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації*. 2013. № 2.
38. Подберезкіна А. Віртуальні музеї: Google Cultural Institute – Zillion, 2013.
39. Почепцов Г. Г. Від Facebook і гламуру до Wikileaks: медіакомунікація. Київ: Спадщина, 2012. 461 с.
40. Сапольски Роберт. Хто ми такі? Гени, наше тіло, суспільство. АНФ. 2020. 140 с.
41. Саяпін В. О. Соціокультурна трансформація в сучасному світі. *Філософські науки*. 2015. № 6.
42. Сільва Хосе. Метод Сільви. К.: Видавництво "Сварог", 2023. 228 с.
43. Сміт Е. Національна ідентичність. Київ, 1994.
44. Соціокультурні трансформації в процесі становлення інформаційної цивілізації в Україні. Харків: ХНУ, 2009. 219 с.
45. Соціокультурний менеджмент: історія, теорія та сучасні практики: хрестоматія. Уклад. О. Р. Копієвська, Н. О. Шевченко. Київ: НАКККІМ, 2019. 328 с.
46. Суська О. О. Інформаційне поле особистості. Київ: КМА, 2003. 219 с.
47. Тарабукін Ю. О. Соціологія міста. Київ: КНУ, 2006. 347 с.

48. Тащенко А. Ю. Культурні коди. Київ : KEIM, 2011. 314 с.
49. Тищенко О.М. Вплив системи інтернет-комунікації на активізацію інноваційної діяльності підприємства. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасні підходи до управління підприємством" (Київ, 6 квітня 2017 р.). Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2017. URL: <http://spru.fmm.kpi.ua/article/view/106870>.
50. Терешкун О. Соціальні мережі у сучасному суспільстві: психологічний аспект. *Соціальна психологія. Український науковий журнал*. 2011. № 5. С. 86–95.
51. Титаренко М. Quo Vadis, homo internetus? *Дзеркало тижня*. 2006. № 50.
52. Тодорова О. Інновації в комунікаціях: Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу. К.: Інтерконтиненталь України, 2015. 176 с.
53. Токарева Н. Варіативність соціалізації особистості в умовах в умовах сучасного інформаційного суспільства. Київ: ТОВ НВП "Інтерсервіс", 2017.
54. Толле Экхарт. Сила моменту тепер. Terra Incognita. 2021. 176 с.
55. Тоффлер Е. Третя хвиля. Пер. з англ. А. Євса. Київ: Видавничий дім "Всесвіт", 2000. 480 с.
56. Еко У., Карьер Ж.-К. Не сподівайтесь позбутися книжок. Видавництво Старого Лева, 2015. 234 с.
57. Філософія і політологія в контексті сучасної культури. URL: <https://fip.dp.ua/index.php/FIP/article/view/176>.
58. Фісенко Ф. В. Теорія мережевої літератури як новий літературний дискурс. *Питання літературознавства*. 2006. Вип. 71. С. 268–279.

## ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ: МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

---

59. Фукуяма Ф. Соціальний капітал. Пер. з англ. К.: Число, 2008. 27 с.
60. Хабермас Юрген. Комунікативна дія і дискурс – дві форми повсякденної комунікації. Першоджерела комунікативної філософії. Київ: Либідь, 1996.
61. Чалдіні Роберт. Психологія впливу. К.: Клуб сімейного дозвілля, 2022. 608 с.
62. Шевченко Н. О. Календарні системи як інтеграційна форма матеріальної та духовної культури. Київ: НАКККІМ, 2017. 360 с.
63. Юваль Ной Харари. Коротка історія людства. BookChef. 2024. 544 с.
64. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. *Політичний менеджмент*. 2013. № 1–2. С. 153–163.
65. Baudrillard Jean. Pour une critique de l'économie politique du du signe. Paris ,1972.
66. Lanier Jaron. You Are Nota Gadget. Penguin, 2011.
67. Theodor Holm Nelson. The Future of Information. N. Y. 1997.
68. Humboldt A. Cosmos. The Johns Hopkins University, 1997.

### Інтернет-джерела

69. Міністерство культури, молоді та спорту України: офіційний сайт. URL: <http://mincult.kmu.gov.ua/>
70. Офіційний сайт Національного академічного театру опери та балету ім. Т. Г. Шевченка. URL: <https://www.opera.com.ua/>





*Наукове видання*

Сергій МАТЯШ

Лілія КУЗНЕЦОВА

**ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ:  
МЕРЕЖЕВИЙ СВІТ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАКТИКИ**

Монографія

Видано в авторській редакції  
Відповідальний за поліграфічне виконання Л. Л. Овечкіна

Підп. до друку 26.02.2025 р. Формат 60x84 1/16.  
Ум. друк. арк. 9,29. Облік. вид. арк. 7,28. Наклад 300 пр. Зам. 2168.

Видавець і виготовлювач Київський національний університет технологій та дизайну,  
вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ-11, 01011.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 993 від 24.07.2002.