

духовного опыта так и опыта в обществе, каждый из которых обеспечивает их смыслом жизни и один без другого они лишены смысла.

Некоторые авторы полагают, что мы являемся свидетелями возникновения новой формы духовности, которую авторы называют «выразительность» в обществе, которая хотя и имеет отношение к формам духовности отдельной личности, как было отмечено выше, но в то же время, имеет определенное отличие от них. Это поколение «встроило» свою жизнь в духовное сообщество, в котором их желание и необходимость, как самовыражения, так и деятельности, связаны с получением опыта, через искусство, музыку, живопись или занятия, направленные на оказание услуг. Эти молодые люди ищут различные подходы к духовности, что является ответной реакцией на недостатки, которые они видят в том опыте, который они получили ранее. Таким образом, это поколение ищет пути развития баланса наивысшей индивидуальности через религиозный опыт и духовное значение, которое они находят посредством выразительности в обществе со своими товарищами по вере.

Источники и литература:

1. Biggart A. Coping with yo-yo Transitions. Young adults' struggle for support, between family and state in comparative perspective, in a new youth [Edited by C. Leccardi and E. Ruspini]. / Biggart A. and Walther A. – Aldershot: Ashgate, 2006. – P. 41–62.
2. Brown. C. The death of Christian Britain / Brown. C. – London : Routledge, 2001. – 320 p.
3. Collins-Mayo S. Religion and youth (Theology and Religion in Interdisciplinary Perspective Series in Association with the BSA Sociology of Religion Study Group), S. Collins-Mayo and P. Dandelion – Ashgate Publishing Company, 2010. – 298 p.
4. Davie G. Religion in modern Europe : A memory mutates / Davie G. – Oxford : University press, 2000. – 230 p.
5. Flory R. Finding Faith: spiritual quest of the post-boomer generation / Flory R. and Muller D. E. – New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 2008. – 248 p.
6. Fuller R. Spiritual but not religious : Understanding unchurched America / Fuller R. – Oxford : Oxford University Press, 2001. – 224 p.
7. Mannheim K. The problem of generations // Essays on the sociology of knowledge [Edited by P. Kecskemeti] / Mannheim K. – New York : Oxford University Press, 1952. – P. 276–322.
8. Mayo E. Consumer Kids: How big business is grooming our children for profit / Mayo E. and Nairn A. – London : Constable, 2009. – 378 p.
9. National Institute on Spirituality in Higher Education, online reports (2000-2003), [Электронный ресурс] : <http://spirituality.ucla.edu/publications/research-reports/>
10. Schuman H. Generations and Collective Memories / Schuman H. and Scott J. // American Sociological Review. – 1989. – №54. – P. 359–381.
11. Voas D. Religion in Britain : Neither believing nor belonging / Voas D. and Crockett A. // Sociology. – 2005. – № 39:– P. 11–28
12. Wuthnow R. Creative spirituality : The way of the artist / Wuthnow R. – Berkeley and Los Angeles : University of California Press, 2001. – 319 p.

Сенченко Н.А.

УДК 004.738.5: 316.7

ІНТЕРНЕТ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Анотація. У статті обґрунтовується ставлення до Інтернет-середовища як до соціокультурного феномена сучасності, Інтернет уявляється як ступінь розвитку інформаційного простору. Під культурним простором автор розуміє таке середовище, що характеризує культуру з позицій її розташування, протяжності і насиченості, має кордони, величину, що володіє здатністю до зміни, збільшенню і скороченню, має якийсь ідеальний аспект, який визначає свідомість, і здатне взаємодіяти з іншими культурними просторами і з іншими сферами гуманітарного простору

У статті аналізуються висновки вчених про те, що структура культурного інтернет-простору нагадує структуру культурного простору взагалі, проте сутність його має деякі відмінності. Автор приходиться до висновку, що інтернет-простір – це інтегрований простір, який у якості складових містить в себе усі попередні культури які існують одночасно із ним, має свої мови, закони. Основною характеристикою зазначеного простору є його необмеженість у просторі і у часі. Серед основних характеристик нового культурного шару автор визначає розтягнення і конденсація часу, відкритість, наявність знакових місць. Автор вказує, що нова інтернет-культура не має меж, є інтегрованою культурою.

Ключові слова: Інтернет, культурний простір, соціокультурний феномен.

Анотація. В статті обґрунтовується відношення до Інтернет-середовища як до соціокультурного феномену сучасності, Інтернет представлений як ступінь розвитку інформаційного простору. В статті аналізуються висновки вчених про те, що структура культурного інтернет-простору нагадує структуру культурного простору взагалі, проте сутність його має деякі відмінності. Автор приходиться до висновку, що інтернет-простір – це інтегрований простір, який у якості складових містить в себе усі попередні культури які існують одночасно із ним, має свої мови, закони. Основною характеристикою зазначеного простору є його необмеженість у просторі і у часі. Серед основних характеристик нового культурного шару автор визначає розтягнення і конденсація часу, відкритість, наявність знакових місць. Автор вказує, що нова інтернет-культура не має меж, є інтегрованою культурою.

открытость, наличие знаковых мест. Автор указывает, что новая интернет-культура не имеет границ. Автор считает, что Интернет есть среда интегрированной культуры, определяет различия культурного пространства Интернета от других видов культурных пространств.

Ключевые слова: Интернет, культурное пространство, социокультурный феномен.

Summary. *In the article the attitude towards the Internet as a medium of social and cultural phenomenon, the Internet as a degree representations of the information space. Under the cultural space of the author realizes an environment that characterizes the culture from the standpoint of its location, extent and intensity, has boundaries, a value that has the ability to change, increase and reduction, has some ideal aspect that determines consciousness, and can interact with other cultural spaces and other areas of humanitarian space*

This article analyzes the findings of scientists that structure cultural internet spaces resembles the structure of cultural space at all, but the essence of it is quite different. The author concludes that Internet space - an integrated space that contains the components as a all previous cultures that exist simultaneously with it, has its own language laws. The main characteristic of this area is its unbounded in space and in time. The main characteristics of the new cultural layer determines by stretching and condensation time, openness, availability iconic locations. The author points out that the new Internet culture has no boundaries, is an integrated culture. This paper describes three structural levels of cultural Internet space: the first structural level is based on the fact that each individual chooses their internet society, the second structural level associated with selective, specific interests, demands and attitudes as individuals and society; third level involves structural requirement, randomness.

Keywords: Internet, cultural space, a sociocultural phenomenon

Постановка проблеми. Сучасність обумовлена активним проникненням в суспільні процеси нових інформаційних технологій, завдяки яким поширюється не тільки можливість людини, а й її культурний простір. Інтернет як вища форма розвитку інформаційного простору створює умови для розвитку нових форм культури, нових мов. Причини підвищеного інтересу до проблем віртуальної культури полягають у радикальних соціальних змінах, зокрема: віртуалізації професій, бізнесу, економіки, політики, мистецтва. Глобальний характер нової культури охоплює практично всі аспекти життєдіяльності людини, задає нові способи існування людини. Як і всяке великомасштабне соціальне явище, Інтернет несе в собі не тільки користь для суспільства, але й серйозну загрозу для його існування і розвитку в разі неконтрольного або негативно спрямованого використання його можливостей. Отже, невизначеність впливів Інтернет-середовища на особистість, зокрема зростання соціальної нерівності, загострення несправедливості, багато форми протидії якої переносяться у віртуальні соціальні мережі, неординарність й багатоплановість зазначеного простору додають дослідженню социокультурного феномена Інтернету актуальності.

Аналіз попередніх досліджень. Із поняттям Інтернет-середовище частіше за все пов'язують дефініцію «віртуальна реальність». Культурний потенціал віртуальної реальності досліджувався Ум. Крюгером, Дж. Ланьє, М. Маклюеном. Так, П. Борсук, С. Добротворський, А.М. Орлов, Ан. Прохоров, В. Савчук, Є.С. Штейнер розглядають віртуальну реальність з позицій етики і мистецтвознавства як нову техніку екранних мистецтв, часто - поряд з телебаченням, комп'ютерною анімацією, спецефектами в кіно. У роботах О. Власенко, Л. Манович, В. Тарасенко, Р. Швітцер розглянуто антропологічний аспект віртуальної реальності. В.А. Ємелін, Ш. Теркл, Б. Булі розглядають віртуальну реальність як закінчене втілення стилю і настроїв постмодерну. Аналіз нового ступеню розвитку інформаційного простору проведено у роботах Д. Белла («Соціальні рамки інформаційного суспільства», «Третя хвиля»), О. Тоффлера («Зіткнення з майбутнім», «Споживачі культури»), Ю. Габермаса («Історична свідомість і посттрадиційна ідентичність»). Ігрова концепція віртуальної культури досліджувалася Й. Хейзінгом, психологічні характеристики В.В. Афанасьєвою, Р.А. Баришевим, О.Є. Войсунським. Проте місце, яке займає Інтернет-середовище у віртуальному інформаційному просторі взагалі досі не визначено.

Метою зазначеної статті є аналіз Інтернету як социокультурного феномену.

Викладання основного матеріалу. Якщо звернутися до Інтернету як до вищого ступеня розвитку інформаційного середовища, постає проблема визначення культурного простору. У наших дослідженнях під культурним простором, вслід за І.М. Гуткіною, ми будемо розглядати таке середовище, що характеризує культуру з позицій її розташування, протяжності і насиченості, має кордони, величину, що володіє здатністю до зміни, збільшенню і скороченню, має якийсь ідеальний аспект, який визначає свідомість, і здатне взаємодіяти з іншими культурними просторами і з іншими сферами гуманітарного простору [1]. Застосуємо основні критерії культурного простору до Інтернет-середовища. Перш за все виявимо особливості самого Інтернет-простору. Так, Дж. Сулер вказує наступні характеристики зазначеного середовища, що відрізняють його від існуючих раніше[5]: - розмивання просторових кордонів. Проте розмивання просторових кордонів викликає, по-перше, вільний обмін культурами, а, по-друге, виникнення нової Інтернет-культури, яка б інтегрувала в себе усе, що було до неї. Наприклад, мистецтво в Інтернет-просторі представлено безліччю музеїв і галерей, Інтернет-бібліотек, музичних сайтів, віртуальних салонів і виставок, Інтернет-кінотеатрами. Все більше музеїв зі світовою популярністю стає доступними, використовуючи віртуальний простір Інтернет. Так, Компанія Google (американська пошукова система) створила цікавий проект, що дозволяє віртуально відвідати 17 найвідоміших музеїв світу, включаючи Лувр, Ермітаж і Третьяковську галерею для цього треба перейти за посиланням <http://www.klass883.ru/>. Відкриваються віртуальні кінотеатри, які працюють як звичайні кінозали – глядачі можуть купувати квитки на один перегляд фільму. Дивитися кінофільм у віртуальному кінотеатрі можна після покупки віртуального квитка. Творці ЕКіноТ, наприклад, підкреслюють, що купити квиток на віртуальний кіносеанс набагато дешевше, ніж відвідати звичайний кінотеатр. Кількість фільмів, доступних для перегляду на сторінках ЕКіноТ, постійно зростає; - розтягнення і конденсація часу. Людина може перенестися у будь-який час, у

будь-яку культуру. Спрямованість часу перестає бути його основною характеристикою; - відкритість. Інтернет відкритий для всіх. І в цьому сенсі є територією, де людині завжди є місце і можливість спілкування. Треба визначити, що із зникненням просторових і часових меж, людина може мандрувати у просторах Інтернету у будь-яку його точку; - наявність знакових місць. У Інтернеті достатньо місць, які виконують роль місця збору людей, як Майдан Незалежності, наприклад. У соціальних мережах виникають Інтернет-тусовки, що являють собою збір однодумців, які знайшли загальне місце для взаємодії. Інтернет-тусовка постійно оновлюється і модифікується, пристосовуючись до існування серед інших, часом більш потужних і агресивних субкультур. У кожній Інтернет-тусовці є свої правила, норми взаємодії, мова.

Отже, при аналізі основних властивостей культурного Інтернет-середовища виникають протиріччя із визначенням культурного простору взагалі: нова Інтернет-культура не має меж, є інтегрованою культурою.

Підтвердження цієї думці знаходимо у психологічних дослідженнях А.І. Лучинкіної. Дослідницею визначено, що Інтернет-простір є інтегрованим віртуальним простором, який містить в себе усі попередні інформаційні віртуальні простори, зокрема, міфологію, літературу та мистецтва, релігію, ЗМІ. Проте кожний віртуальний простір несе свою культуру, що об'єднується у Інтернет-середовищі[2].

У таблиці 1 приведено відмінності культурного простору взагалі від культурного простору Інтернету.

Таблиця 1. Відмінності культурного простору Інтернету від культурного простору взагалі

№	Культурний простір	Культурний простір Інтернету
1	Має час існування, який збігається за тривалістю з періодом існування і життєдіяльності особистості й соціуму, які формують це культурний простір.	Не обмежений у часі. Припускає існування різних культур різних періодів, сайтів мертвих та ін.
2.	Наявність певних меж. Культура має територіальні, часові межі. Жодна особистість не здатна охопити і освоїти більше своїх власних сил.	Зростання інформаційних потоків, розмитість просторових кордонів змінює ставлення до межі культурного простору.
3	З'єднання в кожній особистості і кожному соціумі різноспрямованих зовнішніх впливів у поєднанні з внутрішніми характеристиками приводить до того, що не може бути абсолютно однакових особистостей або типів спілкування. Звідси вірним буде твердження про неможливість збігу двох культурних просторів. Тому дана складова являє собою унікальну сторону всякого культурного простору.	Інтернет-простір є інтегрованим віртуальним простором, який містить в себе усі попередні інформаційні віртуальні простори, зокрема, міфологію, літературу та мистецтва, релігію, ЗМІ.

Отже, аналіз відмінностей, приведених у таблиці 1 свідчить про те, що новий культурний простір необхідно не тільки ретельно вивчати, але й визначити. За думкою В. А. Ємеліна, глобальна мережа створює умови для формування віртуальних спільнот, генерує текстові формати нового типу, стирає кордони між державами, елімінує відстані, які роз'єднують людей і, в кінцевому рахунку, вибудовує навколо себе специфічну форму культури [1]. Ми вважаємо, що культурний *Інтернет-простір* – це інтегрований простір, який у якості складових містить в себе усі попередні культури які існують одночасно із ним, має свої мови, закони. Основною характеристикою зазначеного простору є його необмеженість у просторі і у часі. Розглянемо структурні рівні культурного Інтернет-простору. Перший структурний рівень базується на тому, що кожен індивід обирає собі свій Інтернет-соціум. Даний структурний рівень безпосередньо залежить від ступеня оволодіння ціннісним багажем культури, яким володіє особистість і соціум. Цей рівень відрізняється широтою і доступністю, він може бути визначений як якийсь масовий аспект осягнення культурного простору. Другий структурний рівень має абсолютно індивідуальні підстави. Він пов'язаний з вибірковістю, специфікою інтересів, запитами і установками як особистості, так і суспільства. Унікальність і неповторність кожного з них дозволяє, як вбирати в себе все те, що відповідає їх індивідуальним потребам, так і формувати власні культурні цінності. Саме виникнення нових цінностей породжує нові види діяльності, що існують тільки в Мережі: створення комп'ютерної графіки, відеороликів, текстів, призначених виключно для розміщення на веб-сторінках, просування сайту в пошукових системах та багато іншого, використання яких в реальному житті неможливо[5]. Так, на сайті www.stihi.ru/assists пропонується скористатися штучним інтелектом Помічника Поета для створення вірша, за проектом Романа Лейбова створюються літературні гіпертексти; виник особливий прошарок WWW-художників, які обмінюються ідеями та мистецькими проектами, візуальними конструктами. Ми не обговорюємо цей проект з точки зору літературної або художньої цінності, але в якості інструменту для підняття самооцінки, він безумовно гарний. Комп'ютер, який надав нові технології формування зорового образу (нелінійний монтаж) і тексту (гіперпосилання) змінив і саму природу сприйняття тексту користувачами. Можливість інтерпретацій, варіативність прочитання, інтерактивність відрізняють кіберлітературу постіндустріального суспільства, біля витоків якої стояли Гібсон, Пінчона, Еко, Ріверте. Створений ними віртуальний, «матричний» світ існує тепер паралельно зі світом традиційної літератури. Третій структурний рівень припускає необов'язковість, випадковість. Отже, все те, що не є необхідним, так чи інакше сприймається особистістю або соціумом в процесі життєдіяльності, вбирається нею, просвітається крізь призму культурного простору, залишивши після себе різні сліди у вигляді певних пластів культури. Наприклад, релігія онлайн і онлайн-релігія. У разі онлайн-релігії люди живуть релігійним життям в мережі Інтернет і за допомогою неї, Інтернет сприймається частиною повсякденного життя, на яку поширюються релігійні смисли і діяльність. У разі релігії онлайн ми маємо справу з релігією, практики і структури якої здебільшого існують за межами Інтернету, наприклад, офіційні сайти світових релігій. Отже, у дослідженнях А.І. Лучинкіної акцентовано увагу на відмінностях релігійного простору Інтернету від реального, зокрема, дослідниця відмічає доступність релігійної інформації в мережі Інтернет, що руйнує

традиційну відособленість, якою були наділені візіонери (людина, що зазнає галюцинації, бачення, духовідець) і містики (релігійні практики, що мають на меті переживання в екстазі "безпосереднього єднання" з Богом); всі члени релігійної громади виявляються одночасно об'єднаними в єдине ціле онлайн, а не в якомусь особливому місці в спеціально відведений час. Кожен бажаючий може брати участь у релігійних ритуалах та онлайн службах; мережа Інтернет забезпечує створення релігійного переживання, впливаючи через зір (графічні елементи) і слух (аудіозаписи). Використання зображень, відеозаписів, інтерактивних елементів, а також карт, текстів (наприклад, описи церковної громади), цифр (кількість членів) дозволяють прив'язувати візуальну і звукову інформацію до певного місця. Це в свою чергу дає можливість згуртувати релігійне співтовариство як реальне, так і уявне. Так, фотогалерея дозволяє доторкнутися до повсякденного життя церкви, при цьому візуальна інформація доповнюється звуковою – наративом, створюючи ефект присутності. Таким чином, за допомогою технологій забезпечується просторово-часова єдність, що дозволяє членам церкви приєднатися до громади в будь-який час і з будь-якої точки світу[2]. Таким чином, зазначений шар культурного Інтернет-простору включає в себе культурні інтернетні і позаінтернетні цінності, індивідуальні особливості особистості та набір приватних, не обов'язкових моментів. Отже структура культурного Інтернет-простору нагадує структуру культурного простору взагалі, проте сутність його має деякі відмінності. В.В. Сафонова, говорячи про формування кіберкультури, вказує, що сучасне Інтернет-середовище можна охарактеризувати як відкритий мультимедійний простір, в якому культурно-мовні спільноти живуть як би без і поза межами держав і континентів. Більш того, знаходження, пізнання і спілкування в ній істотно менше обмежено тимчасовими і цілим рядом інших факторів людської взаємодії, характерних для природного спілкування. Дослідниця акцентує увагу на безмежності, багатомовності і полікультурності, які є невід'ємними і постійними рисами Інтернет-середовища. Ступінь позитивного чи негативного соціалізаційного впливу Інтернет-середовища, за її думкою, залежить значною мірою від культури людини і, зокрема, від наявності у неї умінь ідентифікувати випадки і способи маніпулювання їм і здатності протистояти різного роду маніпуляцій і культурному вандалізму. Отже, індивідуальні особливості людини є особливим критерієм засвоєння нової Інтернет-культури. У дослідженнях Ю. Хабермаса підкреслюється, що розвиток культури сучасного суспільства призвів до зміни функціональних характеристик ідентичності. Ідентичність стала множинною, ситуативною, нестійкою. Вибір тієї чи іншої ідентичності став залежати від бажання індивіда і схвалення суспільства[6]. У дослідженнях І.Г. Сощенко показано, що реалії інформаційного суспільства пред'являють людині нові вимоги, насамперед, наявність здатності та готовності до зміни діяльності, мобільності, перенавчанню, оволодінню новою професією. Отже перед людиною постає широка свобода вибору, реалізація якої сприяє прояву її індивідуальності [5]. У дослідженнях О.Б. Скородумової визначається той факт, що у процесі розвитку Інтернету відбувалася зміна системи його соціокультурних функцій. Спочатку Інтернет виконував, насамперед, комунікативну та розважально-гедоністичну функцію. Зараз на перший план вийшли інтеграційна і регулятивна функції. В кінці ХХ століття, коли загострилася боротьба за домінування в інформаційному просторі, з'явилася величезна кількість сайтів з яскраво вираженою просвітницькою та ідеологічною спрямованістю, різко зросло значення трансляційної та освітньої функцій Інтернету[4]. Таким чином, проведений аналіз дозволив визначити Інтернет як соціокультурний феномен сучасності.

Джерела та література:

1. Гуткина И. М. К вариативности связи понятий «пространство» и «культура». / И. М. Гуткина // *Пространство цивилизаций и культур на рубеже XXI в.* – Саратов, 1999. – С. 64 – 66.
2. Лучинкина А. И. Психология человека в Интернете: уч.пос. / А. И. Лучинкина. – К. : ТОВ «Інформаційні системи», 2012. – 200 с.
3. Сафонова В. В. Материалы выступления на XII Конгрессе международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы «Русский язык и литература во времени и пространстве», 10-15 мая 2011 г. – Шанхай, КНР, 2011. – Режим доступа : <http://euro-school.org/materials/Speech%201.pdf>.
4. Скородумова О. Б. Виртуальная личность и свобода (к проблеме социокультурных истоков понимания свободы в Интернете) / О. Б. Скородумова // *Вестник Московского университета.* – 2004. – Сер. 7, № 2. – С. 75 – 96.
5. Сощенко И. Г. Образ человека в социокультурном пространстве информационного общества : диссертация ... кандидата философских наук : 09.00.13 / И. Г. Сощенко. – Ставрополь, 2007. – 157 с.
6. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. [пер. с нем.] / Ю. Хабермас. – М. : Изд-во «Весь мир», 2003. – 389 с.