

ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРИ ІНТЕРНЕТУ В СИСТЕМІ СПОРІДНЕНИХ ПОНЯТЬ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

Уточнюється зміст поняття «культура Інтернету» через його кореляцію зі змістом понять «культура інформаційного суспільства», «інформаційна культура», «медіакультура», «Інтернет-культура».

Вступ

Світова мережа Інтернет, створюючи особливу комунікативну ситуацію, виступає революційним фактором розвитку сучасного суспільства. Явища її інтеграції в культурне середовище набули такого масштабу, що сьогодні вже можна говорити про виникнення й розвиток культури Інтернету. Остання, як один із найупливовіших феноменів сучасності, найпомітніше виявляється через інформатизаційну місію та проникнення Інтернет-комунікацій у різні сфери життєдіяльності суспільства. Ці процеси породили певний, динамічний та неусталений тип культури, який формується на перетині багатьох напрямів людського існування, відтак потребує окреслення власних меж.

Аналіз досліджень та публікацій

Докорінні культурні зміни, пов'язані з комп'ютерною революцією та поширенням мережі Інтернет, актуалізували дослідження цих процесів у працях М. Маклюєна [5], М. Кастельса [3] тощо. Здобутком М. Кастельса стало вивчення культурних і соціальних трансформацій, спричинених зміною комунікативної парадигми. Зміст його концепції полягає в тому, що в ній новітні комунікативні технології виступають не інструментом, а сутністю сучасного суспільства, яке за своєю природою є мережевим. Інтернет є рушійною силою цих процесів, адже «спроможний поставляти «інформаційну енергію» для будь-яких сфер людської діяльності. Інтернет виконує роль технологічного базису для організації різновиду інформаційної ери – Мережі» [2, с. 12]. Мережа як культурне явище не змінює основних потреб людини, а створює новий формат сучасної культури – «культуру реальної віртуальності» (термін М. Кастельса). Згідно з М. Кастельсом, генеза цієї культури вкорінена в спроможності масмедіа, включаючи комп'ютерні мультимедійні технології, утворювати підґрунтя для глибинного занурення людини в уявні, віртуальні світи.

Оригінальна, хоча й дещо мозаїчна, теорія медіакультури належить М. Маклюєну. Сутність цієї теорії полягає в проголошенні масмедіа базовою сферою людського існування, детермінантом людської цивілізації. Його робота «Галактика Гуттенберга» присвячена етапам її становлення в зв'язку з типом писемності: від рукопису до сучасної медійної культури. М. Маклюєн вважає, що сучасна культура є плодом цивілізації друкованого слова. Друковане слово: по-перше, організувало за власною подобою новоевропейську науку; по-друге, редукувало за своїм зразком літературу й мистецтво; по-третє, стало парадигмою сучасної дисгармонійної ринкової економіки; по-четверте, детермінувало й сегментувало суспільне й

політичне життя. Насамкінець, у цій роботі М. Маклюєн підкреслює, що візуальний характер книгодрукування спотворив, механізував сприйняття життя й породив розкол між серцем та розумом [5, с. 251]. Тобто, з книгодрукуванням пов'язані всі суттєві якості та риси європейської культури: від стилю мислення до господарювання. Водночас письмо і книга, завдяки властивостям накопичуватися й архівуватися, заклали ґрунт для сучасної медіарельності. Як пише М. Маклюєн, «у двадцятому столітті відбувається зустріч алфавітного та електронного ліків культури, й друковане слово починає служити гальмом у пробудженні Африки всередині нас» [5, с. 36]. Медіарельність відмінняє принцип механіки, поновлюючи цілісність світосприйняття. Отже, за допомогою мультимедійного аудіовізуального ряду заперечується влада холодного, байдужого візуального типу культури.

Постановка завдання

Метою статті є аналіз уточнення змісту та обсягу поняття «культура Інтернету».

Основна частина

Сучасна наукова думка не виробила єдиного підходу до того, що ж вважати культурою Інтернету. Відомо, що слово «культура» походить від латинського *cultura*, що означає «обробіток, догляд, освіта, виховання». В широкому розумінні під культурою розуміють усе, що створено людською працею, включаючи матеріальні та духовні досягнення людства. Це можуть бути досягнення людства в сферах науки, мистецтва, освіти, накопичені знання (духовна культура), а також сукупність знарядь праці, засобів виробництва, продуктів виробництва (матеріальна культура).

Під Інтернетом у найбільш загальному сенсі цього слова розуміють «всесвітню інформаційну систему чи об'єднання мереж, безперервно зв'язаних між собою так, що будь-який комп'ютер у Мережі може миттєво зв'язатися з будь-яким іншим» [7, с. 240]. Послугуючись методом ключових слів Г. Вежбицької, зауважимо, що етимологічно та морфологічно слово «Інтернет» (*Internet*) є показовим для розуміння ядерних цінностей культури Інтернету, адже складається з двох англійських слів: *inter* – між, та *net* – мережа, павутина. У такий спосіб у цьому слові відображене основне призначення Мережі – бути всесвітньою інформаційною системою та зв'язуючою ланкою для всеохопної, глобальної комунікації.

Культура Інтернету є окремим сегментом культури інформаційного суспільства. Зміст поняття «культура інформаційного суспільства» може бути розкритим у контексті теорій інформаційного суспільства, розроблених Д. Беллом [1], Й. Масудою

[13], О. Тоффлером [10], Д. Тапскоттом [9], А. Туреном [11], Ф. Уебстером [12] та іншими дослідниками. У найбільш загальному вигляді інформаційне суспільство – це суспільство, в якому у продуктивних силах і виробничих відносинах, у нарощуванні капіталу на передній план виходять теоретичне знання та інформація. В основу інформаційного суспільства покладена інформаційна економіка, яка, говорячи словами М. Кастельса, спирається на «технології генерування знання, обробки інформації та символічної комунікації» [3, с. 17]. Серед найбільш важливих для нашого дослідження рис інформаційного суспільства назвемо такі: перетворення інформації на основне джерело виробництва благ матеріальної та духовної культури; домінування інтелектуальної власності; проголошення *homo informaticus* – «людини інформаційної» (такої, що може генерувати, транслювати і трансформувати інформацію) головною продуктивною силою суспільства; зміна парадигми міжособистісного спілкування, що набуває, здебільшого, вигляду короткочасних модульних стосунків функціонального характеру та зв'язана з цим модель ділового спілкування, яка набуває вигляду комунікації між людьми; повсюдне застосування комп'ютерної техніки й інших засобів масової комунікації в процесі взаємодії між людьми. Серед інших його рис відмітимо: підвищення ролі теоретичного знання, що перетворюється на підґрунтя для технічних інновацій; зростання соціального статусу групи носіїв знання та їхнє домінування у суспільстві; перехід від виробництва товарів до виробництва послуг, особливо в гуманітарній сфері; панування меритократії як правління найбільш талановитих у постіндустріальному суспільстві; поява нових дефіцитів: браку інформації й часу; посилення взаємодії науки і технологій, що виражається, зокрема, в бурхливому розвитку Інтернет-технологій тощо. Отже, під культурою інформаційного суспільства ми розуміємо особливий тип культури постіндустріального суспільства, смисловим ядром і системоутворюючим фактором якого виступає інформаційна складова.

Помітною є спроба визначити культуру Інтернету через культуру окремих субкультур, що її представляють. Таке бачення мережевої культури не має єдиного в традиційному сенсі цього слова характеру, а ґрунтується на її тлумаченні як «клаптикової ковдри», багатоваріантних віртуальних субкультур, структурованих біполярною опозицією між «Мережею» та «Я» [8, с. 10]. Такий погляд на культуру Інтернету спостерігаємо, зокрема, у М. Кастельса, який цей феномен пов'язує з культурою, точніше ціннісними пріоритетами людей-творців Інтернету. Він вважає, що культуру Інтернету слід визначати через сукупність цінностей та переконань творців Інтернету, що стали засадничими для ідеології Мережі. З цього приводу філософ наголошує, що культура Інтернету, «будучи експліцитною ... є деякою колективною конструкцією, що виходить за межі індивідуальних переваг і впливає на діяльність носіїв цієї культури, в даному випадку – виробників-користувачів

Інтернету... Для неї є «характерною чотиришарова структура: техномерітократична культура, культура хакерів, культура віртуальної общини й підприємництва. Усі разом вони визначають ідеологію свободи, настільки поширену в Інтернет-співтоваристві» [2, с. 52-53]. Загалом, М. Кастельс – наполягає, що «культура Інтернету – це культура, заснована на техномерітократичній вірі у прогрес людства під впливом техніки, прийнятої співтовариством хакерів, що розвивається на засадах свободної й відкритої технічної творчості, впровадженої у віртуальних Мережах, що мають на меті побудову нового суспільства, і матеріалізована натхненними прибутками підприємців й творіннями нової економіки» [2, с. 80]. У даному випадку відбувається наближення змісту понять «культура Інтернету» та «Інтернет-культура». На нашу думку культура Інтернету атрибутивно містить Інтернет-культуру, втім синонімічне розуміння цих понять призводить до звуження змісту та обсягу першого.

Деталізуємо. Під Інтернет-культурою, зазвичай, мають на увазі культуру подачі інформації та спілкування в Інтернеті, що є невіддільною від ціннісних пріоритетів користувачів Мережі. Інтернет-культура є складовою більш широкого феномену – інформаційної культури. В найбільш загальному значенні під інформаційною культурою розуміють досить широку сферу культурного життя, пов'язану з одержанням, передачею та зберіганням інформації (соціальний рівень), а також сукупність інформаційних компетенцій певного індивіда (індивідуальний рівень). Розуміння інформаційної культури є досить містким та стосується парадигмальних принципів кореляції інформаційних та комунікативних процесів у сучасному соціумі в умовах його глобалізації. Щодо Інтернет-культури, то тут йдеться про застосування певних комунікативних принципів, серед яких назвемо: принцип ввічливості, принцип інформування; принцип співробітництва, принцип економії; принцип ясності; принцип зручності сприйняття, принцип виразності.

Принцип ввічливості виражається в особливих правилах мовленнєвого етикету в Мережі, відомого як *нетикет* (виділено нами. – С. І.). Зокрема, ці правила стосуються коректного й толерантного поведіння в Мережі, підтримки співрозмовника, обмеження електронного повідомлення однією темою та виділення цієї теми спеціальним рядком. Елементами стратегії ввічливості виступають рекомендовані до застосування клішовані фрази й, навпаки, заборона використовувати певні вирази. Показово, що емоційна амплітуда цих виразів є досить широкою, що свідчить про різні вияви стратегії: від дружніх до суто формальних і офіційних стосунків. Серед найбільш поширених клішованих фраз і форм звернення для підтримки комунікації назвемо: AFAIK (as far as I know) – настільки мені відомо, BTW (by the way) – між іншим, IOW (in other words) – іншими словами (інакше кажучи), WRT (with respect to) – з повагою до..., WB (welcome back) – з поверненням, WM (wait

a minute) – зачекайте хвилинку, TNX (thanks) – дякую.

Принцип інформування полягає в максимальному сприянню пошуку і знаходженню об'єктивної інформації на засадах кооперації, тобто взаємодопомоги один одному. Необхідна інформація повинна подаватися максимально правдиво й об'єктивно та дозовано. Інший варіант – вказування відповідного гіперпосилання – ключа до інформації. Принцип інформування тісно примикає до принципу співробітництва, який полягає в сумісній діяльності заради створення континууму електронних текстів. На засадах цього принципу функціонує співтовариство користувачів і авторів електронних текстів (Hypertext collaborative writing).

Принцип виразності реалізується за рахунок інтеграції тексту з невербальними носіями та наявності системи спеціальних значків – смайлів, а також фото, картинок, звукоімітації та інших емоційно-насичених кодів. За рахунок цих засобів комунікатори розставляють необхідні смислові акценти, що надає спілкуванню емоційного забарвлення та полегшує сприйняття інформації.

Принцип зручності сприйняття передбачає такий формат подачі інформації, який був би зрозумілий для більшості комунікаторів. Ідеться про адаптацію лексичного матеріалу до вимог аудиторії. Цей принцип змикається з принципом ясності, що передбачає використання в мовленнєвому акті мовних структур, зрозумілих для всіх учасників комунікації. Принцип ясності діє на конвенційних засадах, а його застосування уточнюється залежно від кола спілкування. Найчастіше із спілкування виключаються ідіоми, сленг, а також слова іноземною мовою, незрозумілі широкому загалу. Натомість вводять поширені й загальноживані в Інтернеті слова комп'ютерного сленгу, наприклад, *контент* (зміст), *чатитись* (теревенити в чаті), *мило* (особиста електронна пошта), *милитися* (відправити листа); *клікати* (клацати кнопкою комп'ютерної миші).

Принцип економії впливає з особливостей письмової комунікації, яка вимагає мовної економії та чітких, насичених інформацією формувань. Щодо Інтернет-комунікацій, цей принцип актуалізується через об'єктивні обмеження, що накладають комп'ютерні технології на спілкування (наприклад, неможливістю постійно перебувати в Мережі), а також через динаміку мовленнєвих актів в Інтернеті. Знаковими виразами цього принципу є гіповербалізація, абревіація, акронімія. Прикладом застосування принципу економії можна вважати такі слова і вирази: e-government – електронний уряд, e-list – електронний список, v-chat – віртуальний чат, v-party – віртуальна вечірка, net.citizen (net.isen) – назва електронної адреси.

Отже, комунікація в Мережі відбувається із застосуванням класичних комунікативних принципів, що адаптуються Інтернет-спільнотою до формату електронної комунікації. Технічна опосередкованість і специфіка спілкування в Мережі обумовили виникнення мережевого етикету – нетикету. Підкреслимо, що його правила цілком адаптовані до семіотичної системи Інтернету та орієнтовані не на

особистість загалом, а на мовну особистість. Вони репрезентують систематизовані у вигляді рекомендацій принципи функціонування семіотичної системи Інтернету. На наш погляд, виникнення цих правил свідчить, по-перше, про кристалізацію атрибутивних характеристик даної семіотичної системи, що й підлягають фіксації, а по-друге, про її спроможність до самовідтворення через трансляцію цих принципів.

З огляду на це, зміст поняття «культура Інтернету» буде доцільно уточнити через більш широке поняття – «медіакультура». Сучасне поняття медіакультури є досить розлогим і неоднозначним. Термін «медіа» (від латинського «media», «medium» – засіб, посередник) увійшов у науковий обіг у ХХ ст. для позначення феномену масової культури. Феномен медіакультури тлумачиться двояко: з одного боку, як комунікативний «продукт», а з іншого – як результат діяльності мас-медіа. Медіакультуру пов'язують із трансляцією динамічних образів, що розповсюджуються завдяки сучасним технічним засобам запису та передачі зображення і звуку (кіно, телебачення, відео, мультимедіа). В широкому значенні цього слова під медіакультурою розуміють «сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних і інтелектуальних цінностей, вироблених людством у процесі культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості та соціалізації особистості» [4, с. 8]. На наш погляд, дане визначення медіакультури найбільш вичерпно висвітлює феномен медіакультури, адже охоплює всі його сутнісні риси в їхній цілісності.

Окрім цього, створення культури Інтернету стало можливим завдяки так званім *репродуктивним засобам комунікації* (виділено нами. – С. І.). Якщо в традиційному суспільстві відтворення існуючого медіаоб'єкту (його репродукція) виконувалося за допомогою переписування, то з виникненням книгодрукування людство перейшло до мануфактурної, а пізніше – машинної репродукції. Як справедливо зауважив М. Маклюєн, саме книгодрукування заклало підґрунтя для сучасної медіареальності, адже «саме образотворчий вислів може повторюватися точно й до нескінченності – принаймні доки зберігається відтиск. Повторюваність складає ядро механістичного принципу, що оволодів нашим світом із появою Гуттенбергової технології» [6, с.181]. На його думку, з появою розмножувальної техніки світ поділився на світ оригіналів і світ артефактів, імітацій. Це мало амбівалентні наслідки для культури: з одного боку, тиражування зробило книгу доступнішою для широкого загалу, а з другого, – до певної міри знецінило унікальні твори автора.

Як письмо та книга стали першими засобами комунікації, які накопичувалися й архівувалися до того моменту, доки не колонізували всю пам'ять людства, так електронні засоби масової інформації колонізують його сучасність. Помітний медіаефект мало радіо, а ще більшого ефекту та культурного значення набуло телебачення. Завдяки діяльності й пануванню так званих засобів масової комунікації

виникла медіакультура, яка ґрунтувалася на нових типах семіотичної системи. Специфіка цієї системи була пов'язана з рівнем технологічного розвитку мас-медіа та полягала у формуванні багаторівневого полікодового семіотичного середовища, яке, однак, мало певні недоліки щодо перспектив подальшого розвитку.

В домережевій мас-медійній культурі спостерігалася: по-перше, кодова нерівноцінність мас-медійних засобів, коли, наприклад, радіо послуговувалося голосовим та музичним кодом, тоді як телебачення та кіно долучали до останніх візуальні коди. Дана обставина мінімізувала можливості взаємної адаптації семіотичних систем окремих масмедіа та гальмувала утворення нових, універсальних кодів. Низький семіотично-творчий потенціал «домережевих» мас-медіа впливав також із їхньої герметичності – відсутності динамічного й постійного зв'язку з аудиторією. Названі особливості зменшили адаптаційний потенціал домережевої медійної культури по відношенню до глобалізаційних, плюралістичних і водночас конвергентних тенденцій, притаманних комунікативному простору другої половини двадцятого століття. За таких умов визріла необхідність у створенні нової, більш узгодженої із вимогами часу парадигми комунікації, яка й реалізувалася завдяки технології Інтернету.

Культурний зміст Інтернету свого часу намагався розкрити М. Маклюєн. Він наполягав на кореляції між інформацією та різними способами її передачі, розглядаючи їх в історичній ретроспективі. Серед названих ним культуротворчих чинників комунікаційних технологій були: підсилення, спростування, відновлення, перетворення. Відповідно до його концепції, Інтернет: 1) підсилює роль письмового спілкування порівняно з усним; 2) спростовує значення друкарської культури та традиційного лінійного тексту; 3) поновлює і полегшує спілкування між фізично віддаленими учасниками комунікації; 4) перетворюється інформаційними потоками письмової комунікації, що призведе до спростування влади усної форми комунікації.

Вчений ставить запитання людству і намагається знайти відповідь: «Чи можемо ми звільнитись від підсвідомого впливу наших технологій? Чи не в тому і зміст освіти, щоб забезпечити людину засобами захисту від радіоактивного випромінювання, що йде від засобів масової комунікації? Оскільки жодна культура не намагалася вирішити це завдання, відповідь не здається такою вже однозначною. Цілком можливо, що в тому, що людина до цього часу була занурена в сон розуму і самогіпнозу, є деяка схована мудрість, яка лише тепер, в епоху зіткнення ефектів комунікаційних технологій, може бути усвідомлена» [5, с. 360]. Отже, на думку М. Маклюєна, Інтернет-середовище, створюючи особливу культурну ситуацію, виступає революційним фактором розвитку сучасного суспільства.

Дія закону підсилення призвела до виникнення культурного феномену віртуальної комунікації. Завдяки закону спростування, через симуляцію

первинної реальності, віртуальна реальність прагне анулювати останню. В Інтернет-комунікаціях узгодження форми і змісту відбувається через феномен гіпертекстуальності, яка виступає системоутворюючою парадигмою культури Інтернету. Гіпертекстуальність вплинула на мову Інтернету, утворюючи мозаїчний, мультимедійний, дисперсний наратив, побудований за принципами когнітивної карти. Завдяки цьому, на наше переконання: по-перше, стає можливим зв'язування рівновіддалених семіотичних систем через посилання з тенденцією постійного нарощування семантичної мережі; по-друге, відбувається «розпорошення» текстового матеріалу, що унеможлиблює відтворення будь-якої семантичної ієрархії; по-третє, реалізується плюралізм знакових систем, що ґрунтується на застосуванні різних способів кодування інформації; по-четверте, актуалізуються словотворчі та сенсотворчі тенденції в культурі Інтернету тощо.

Висновки

Культура Інтернету є складним і багатоаспектним феноменом, який виник в результаті коеволюції культури та комунікації. Поняття культури Інтернету визначається через низку споріднених понять, які різняться від нього за змістом й обсягом, але не охоплюють всієї своєрідності означеного феномену. Під культурою Інтернету ми розуміємо сегмент медіакультури, детермінований розвитком репродуктивних інформаційно-комунікаційних технологій, що, окрім матеріального (технологічного) компоненту, містить у собі культуру передачі, сприйняття та розуміння інформації, а також етичні засади, на основі яких відбуваються ці процеси.

Список літератури

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. / Д. Белл – М. : Academia, 1999. – 788 с.
2. Кастельс М. Галактика Интернет : Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; [пер. с англ. А. Матвеева; общ. ред. В. Харитонов]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
4. Кириллова Н. Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну. – 2-е изд. / Н. Б. Кириллова – М. : Академический Проект, 2006. – 448 с.
5. Маклюэн М. ГАЛАКТИКА ГУТЕНБЕРГА : Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. – К. : Ника-Центр, 2003. – 432 с.
6. Маклюэн М. Понимание медиа : внешние расширения человека / М. Маклюэн ; [пер. с англ. В. Г. Николаева]. – М. : Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
7. Негодаев И. А. Информатизация культуры : Монография. / И. А. Негодаев – Ростов на Дону. : ЗАО «Книга», 2003. – 320 с.
8. Тальнишних Н. К. Культура сетевых сообществ : Автореф. дис.... канд. филос. наук : 24.00.01 / Ростов н / Д, 2004. – 24с.
9. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество : Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта / Д. Тапскотт. – Киев : UNT Пресс; М. : Рефл-бук, 1999. – 432 с.
10. Тоффлер Е. Третья волна / Э. Тоффлер; [пер. с англ. В. Шовкун (ред. пер.)]. – К. : Видавничий дім «Всесвіт», 2000. – 475 с.
11. Турен А. Возвращение человека действующего : Монография / А. Турен; [пер. с франц. Е. А. Самарской]. – М. : Научный мир, 1998. – 204 с.

12. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; [пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной, под ред. Е. Л. Вартановой]. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 400 с.

13. Masuda Y. The information society : as postindustrial society. – Tokyo, Japan: Institute for the Information Society, 1980. – 171 p.

С.Н. Ищук

ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРЫ ИНТЕРНЕТА В СИСТЕМЕ РОДСТВЕННЫХ ПОНЯТИЙ

В статье уточняется объем и содержание понятия «культура Интернета» через его корреляцию с понятиями «культура информационного общества», «информационная культура», «медиакультура», «Интернет-культура». Обосновываются детерминированность культуры Интернета процессами коэволюции культуры и коммуникации и ее причастность к сфере медиакультуры.

S. Ishchuk

THE CONCEPT OF CULTURE OF THE INTERNET IN THE SYSTEM OF RELATED CONCEPTS

The article clarifies the scope and content of the term "culture of the Internet" through its correlation with the concepts of "culture of information society", "information culture", "media culture", "Internet culture". The Internet determinism is grounded by the processes of co-evolution of culture and communication and its belonging to the field of media culture.