

USER GENERATED CONTENT ЯК ОСОБЛИВІСТЬ ІНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРИ

Міщенко М.М.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У XXI столітті Інтернет формує особливий соціальний і культурний простір. Виникають нові типи культури: електронна культура, інтернет-культура, кіберкультура. Характеристикою електронної культури є можливість обміну думками на величезних відстанях за допомогою електронних засобів комунікації. Інтернет-культура пов'язана з поданням інформації та спілкуванням користувачів в Інтернеті. Кіберкультура ґрунтується на використанні можливостей комп'ютерних ігор та технологій, віртуальної реальності, що сьогодні використовуються в дизайні, кіномистецтві. Інтернет стає не лише способом трансляції культурного досвіду, а й способом організації культурного змісту, що видозмінює архітектуру самої культури. Інтернет розмиває межі національних культур, руйнує замкненість таких форм культури, як наука, мистецтво, філософія, ідеологія.

Інтернет-культура – це культура подавання інформації та комунікативних актів. Сюди входять різні аспекти, зокрема – можливість кожного висловити себе в глобальній мережі. Це сторінки в соціальних мережах, власні сайти і блоги, створення культурних продуктів. При цьому стираються кордони між виробниками-користувачами Інтернету та споживачами-користувачами. Тут наявна основна ідеологія Інтернету – свобода. Свобода творити, використовувати будь-які доступні знання і поширювати їх в будь-якому вигляді. Свобода пов'язана із творчістю на основі «культури дарування». Престиж, репутація, самоповага – співвідносяться із значимістю особистого вкладу в розвиток інтернет-культури. Часто Інтернет порівнюється із світом мистецтва, де користувач може бути залученим до творення.

Свобода висловлювати свою думку і доводити її до свідомості інших високо ціняться в онлайн-комунікації, ставши однією з фундаментальних цінностей Інтернету. Другою цінністю є можливість для кожного знайти власне місце в мережі, або створити його шляхом публікацій власних матеріалів творчості, чи залученням до коментарів та інтерпретацій вже існуючих, перетворюючись в співавтора. Поява персонального комп'ютеру стирає кордони між виробником і користувачем продуктів будь-якого типу, включаючи культурні. Тому сучасні дослідження спрямовані на феномен «змісту, що створений користувачем» (user generated content), коли користувач намагається отримати не стільки головний продукт, скільки інструментарій і операційне середовище для створення власних продуктів. І продукт – відкритий до співавторства з іншими (текст, музика). Поле дослідження культури розширюється через появу культурних продуктів, що творяться звичайними людьми, користувачами. Таким чином, стираються кордони між професійним і непрофесійним в творчості, культурі, мистецтві.