

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

УДК 398.2 (477)+008

Денисюк Жанна Захарівна
кандидат культурології,
начальник відділу наукової
та редакційно-видавничої діяльності
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
ORCID: 0000-0003-0833-2993
jannet_d7@ukr.net

СУЧАСНІ КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ У ФОРМУВАННІ Й ПОШИРЕННІ ПОСТФОЛЬКЛОРУ

Метою роботи є визначення ролі сучасних комунікативних практик у значенні чинників формування і поширення творів постфольклору. **Методологія** дослідження полягає в застосуванні загального наукового принципу об'єктивності, аналітичного, культурологічного та структурно-семантичного методів у дослідженні сучасних комунікативних практик як головних формотворчих чинників зародження феномена постфольклору в інтернет-середовищі. **Наукова новизна** роботи полягає у визначенні ролі комунікативних практик у формуванні постфольклору, якими й опосередковується поява жанрів інтернетного постфольклору. **Висновки.** В результаті дослідження встановлено, що поява новітніх засобів комунікації, зокрема інтернет-мережі та технологічних інструментів для активної участі користувачів мережі в розповсюдженні інформації, дала початок для формування особливого феномена електронної/віртуальної культури, що за своїми типологічними ознаками та способом розповсюдження належить до постфольклору. Саме технологічна складова і спосіб комунікації значною мірою визначають структурне та жанрове різноманіття творів постфольклору, а також їх семіосферу. Сегмент постфольклору, що опосередковується інтернет-комунікацією, є надзвичайно «рухомим» культурним середовищем, в якому досить активно та оперативно знаходить відображення актуальна та суспільно значима інформація у вигляді креолізованих та вербальних творів, що в чіткій і лаконічній формі містять оцінно-нормативні судження користувачів мережі. До певної міри виробництво таких творів можна назвати безпосередньо постфольклорним типом комунікації, оскільки технологічні можливості інтернет-мережі передбачають таку колективну творчість. Відтак, з огляду на охоплення широкої аудиторії користувачів сучасними комунікативними інтернет-практиками, твори постфольклору набувають дедалі більшого поширення, удосконалюючи ідейно-змістове наповнення та способи його художнього втілення.

Ключові слова: комунікативні практики, інтернет-середовище, постфольклор, інформаційні технології, віртуальність.

Денисюк Жанна Захарівна, кандидат культурології, начальник отдела научной и редакционно-издательской деятельности Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Современные коммуникативные практики в формировании и распространении постфольклора

Целью работы является определение роли современных коммуникативных практик в значении факторов формирования и распространения произведений постфольклора. **Методология** исследования заключается в применении общего научного принципа объективности, аналитического, культурологического и структурно-семантического методов в исследовании современных коммуникативных практик как главных формообразующих факторов зародения феномена постфольклора в интернет-среде. **Научная новизна** работы заключается в определении роли коммуникативных практик в формировании постфольклора, которыми и опосредуется появление жанров интернетного постфольклора. **Выводы.** В результате исследования установлено, что появление новейших средств коммуникации, в частности, интернет-сети и технологических инструментов для активного участия пользователей сети в распространении информации, дало начало для формирования особого феномена электронной / виртуальной культуры, которая по своим типологическим признакам и способу распространения относится к постфольклору. Именно технологическая составляющая и способ коммуникации в значительной степени определяют структурное и жанровое многообразие произведений постфольклора, а также их семіосферу. Сегмент постфольклора, что опосредується інтернет-комунікацією, является чрезвычайно «подвижной» культурной средой, где достаточно активно и оперативно находит отражение актуальная и общественно значимая информация в виде креолізованих та вербальних произведений, в четкой и лаконичной форме содержащих оценочно-нормативные суждения пользователей сети. В известной степени производство таких произведений можно

назвать непосредственно постфольклорным типом коммуникации, поскольку технологические возможности интернет-сети предусматривают такое коллективное творчество. Таким образом, учитывая охват широкой аудитории пользователей современными коммуникативными интернет-практиками, произведения постфольклора получают все большее распространение, совершенствуя идейно-смысловое наполнение и способы художественного воплощения.

Ключевые слова: коммуникативные практики, интернет-среда, постфольклор, информационные технологии, виртуальность.

Denysyuk Zhanna, Ph.D. of Culturology, Head of research and publishing activity of the National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Modern communication practices in formation and distribution of post-folklore

The purpose is to define the role of modern communication practices within the meaning of the factors of formation and distribution of post-folklore products. The **methodology** of the study consists in using of general principle of scientific objectivity, analytical, cultural, structural, and semantic methods of modern communication practices study as the main factors shaping the post-folklore phenomenon origin in the Internet environment. The **scientific novelty** of this work consists in definition of the role of communicative practices, mediating the emergence of the internet post-folklore genres, in post-folklore development. **Conclusions.** The study has found that the emergence of the new communication tools, particularly the Internet network and IT tools for active participation of the Internet users in the dissemination of information has given rise to the development of a special phenomenon of electronic / virtual culture that by its typological characteristics and ways of distribution belongs to post-folklore. This technological component and a way of communication largely determine the structural and genre variety of post-folklore works and their semio-sphere. Post-folklore segment mediated by the Internet communication is a very "mobile" cultural environment, where quite actively and promptly topical and socially significant information is reflected in the form of verbal and creolized works containing an assessment and normative judgments of network users in a clear and concise form. To a certain extent the production of such works can be called directly a post-folklore type of communication, as the technological capabilities of Internet networks provide a collective creation. Thus, taking into account the coverage of wide audience of modern communication Internet users, post-folklore products are becoming more common, improving the ideological and semantic content and means of artistic expression.

Keywords: communicative practices, online environment, post-folklore, information technology, virtual reality.

Ера появи масових комунікацій і згодом інформаційно-комунікативних технологій назавжди змінила вектори цивілізаційного розвитку людства та його культури, завершивши «добу Гутенберга» (М. Маклюен). Комунікація, що стала визначальною у всіх «галузевих дискурсах» та сферах життєдіяльності суспільства, зумовила нові когнітивні осмислення у рамках наукового і технологічного поступу. Від простої констатації факту присутності комунікаційних технологій у різних сферах життя соціуму теоретичні рефлексії сягнули концептуального осмислення суспільного розвитку в категоріях інформаційного, постіндустріального, цифрового суспільства – до моделей е-держав і е-урядування на нинішньому етапі буття та практичних кроків до їх втілення.

В сфері розвитку культури, опосередкованої також впливами інформаційно-комунікативних технологій та новітніх засобів комунікації, спостерігається поява нових культурних практик, що ґрунтуються на технологічно-комунікативному субстраті, породжуючи нові культурні феномени.

Актуальність теми дослідження. Цифровий формат новітніх засобів комунікації, що значно потіснив аналогові, зумовив оновлення культурної парадигми, змістивши акценти з характеристик розвитку екранної культури на мережеву або дигітальну, де, втім, для кожної з означених пріоритетним залишається візуальний компонент. Інформаційно-комунікативний простір, створений інтернет-мережею, завдяки технологічним удосконаленням перетворився на окремий інформаційний та соціокультурний простір, який володіє власним потенціалом культуротворення та продукування й поширення семіосмислів. Породжуючи нові комунікативні практики, тим самим інтернет-технології задають не лише нові формати існування культури та її артефактів в мережі, а й зумовлюють радикальне переосмислення ціннісно-сміслових домінант та категорій в умовах нового середовища.

Започаткування технологічної інтернет-платформи Web 2.0, що не лише актуалізує інтерактивну комунікацію в мережі, а й дає можливість взаємообміну і поширення власної інформації (і взагалі будь-якої – незліченну кількість разів), та нові технологічні інструменти для творення власного інформаційно-культурного/творчого контенту зумовили появу та розвиток нових культурних форм, а також надали нових значень для існуючих.

Феномен постфольклору, що пов'язується з індустріальним розвитком, урбанізацією і міською культурою ще від початку ХХ ст., з появою інтернет-комунікації набув нових форм і динаміки розвитку. Фактично технічні засоби комунікації в цьому випадку значною мірою спричинилися до розвитку специфічних постфольклорних форм в інтернет-мережі, визначаючи в якості способу/традиції поширення електронну комунікацію.

Метою дослідження є визначення ролі сучасних комунікативних практик у значенні чинників формування і поширення творів постфольклору, які й утворюють його новий сегмент.

Аналіз досліджень і публікацій. В розрізі означеної проблематики варто виокремити наукові праці теоретиків постфольклору загалом (О. Горошко [2], А. Єникєєва [7], В. Кравчик-Василевська [11], Н. Лисюк [12], О. Нежура [15], Ю. Неклюдов [16], Ю. Щуріна [22], Л. Ядришнікова [23]), а також розглядуваного в контексті функціонування інтернет-мережі та комунікації (Е. Ардевол [24], Т. Бланк [25], М. Домокоєв [26], Д. Сільвер [28], Р. Франк [27]; О. Ворошилова [1], О. Гримов [3], Н. Зржевська [9], С. Коноплицький [10], Н. Малєєва [13], А. Морозов [14], Є. Прохоренко [17], А. Радкевич [18], В. Фатурова [21]).

Недостатньо вивченою на сьогодні є проблематика інтернет-комунікативних практик як визначального формотворчого фактора, що призводить до зародження та розвитку нових постфольклорних форм і жанрів та їх циркулювання в інтернет-мережі.

Виклад основного матеріалу. Інтернет-комунікація, що є на сьогодні найоб'ємнішим каналом розповсюдження і обміну інформацією, привнесла нове розуміння комунікації як такої, а також змінила формат повсякденних соціальних, в тому числі й комунікативних практик людей. З цього приводу А. Радкевич слушно зауважує, що мобільні телефони, комп'ютери, інтернет, супутникове телебачення, цифрові відеозаписуючі пристрої та інші технологічні нововведення, стаючи частиною нашого життя, змінювали повсякденні практики, а з появою інтернету цілі сфери людської діяльності стрімко переносяться в комунікативний простір інтернету. Генеруються нові, що базуються на використанні інтернету, практики соціального спілкування, інформаційного споживання, купівельної поведінки, освітні, розважальні, які різноманітні за змістом і функціональною спрямованістю, проте базуються на інформаційно-комунікаційній діяльності [18].

Відтак подібна комунікація стає щоденною узвичаєною діяльністю, яка постійно оновлюється, пропонуючи нові технологічні прилади, можливості їх застосування, діапазон функціональних послуг тощо. Інформаційно-комунікативна та технологічна складова стали вагомими чинниками зміни соціокультурного простору, привнісши до нього нові смисли і значення та утворивши окреме інформаційно-культурне середовище, що описується в термінах віртуальне, цифрове, дигітальне, електронне, кібер, інтернетне та ін. Інтернет-середовище, запропонувавши нову комунікативну та культурну модель, змінило уявлення про соціальні відносини, принципи індивідуальної ідентифікації, репрезентації та творче самовираження.

Суттєвими принципами інтернет-комунікації є поліфонічність, що об'єднує у своїх рамках величезну кількість різних типів дискурсу, гіпертекстові та інтерактивні можливості інтернету, завдяки яким відбуваються істотні зміни в ході створення і сприйняття тексту, анонімність спілкування, яка, на відміну від живого спілкування, надає унікальне відчуття повної свободи і розкритості, дозволяючи комунікантові діяти вільно, а також дистантність, що передбачає для учасників комунікації фізичну відсутність при спілкуванні і повну свободу дій для «приєднання» чи «від'єднання» від інтернет-мережі [6, 25]. До цих ознак ще варто додати ігровий та карнавальний характер інтернет-комунікації, що породжує специфічні твори, які засновані на численній варіативності та експериментуванні з вербальними та іншими знаковими системами. Інтертекстуальність інтернет-комунікації обумовлює також появу як нових знаків, так і наділення вторинним саміозисом вже існуючих знакових систем в процесі комунікативної взаємодії.

За визначенням А. Сичова, гра є однією з переважаючих форм комунікації в мережі, де вона виходить за межі звичайної розваги і формує характерні якості самого спілкування: відособленість віртуального простору і часу від повсякденності, свободу самовираження, наявність добровільно прийнятих правил (наприклад, етикетних норм і етичних кодексів), позитивну емоційність і под. Віртуальний світ, як і карнавал, є ідеальною зоною фамільярного контакту, який скасовує ієрархічні відносини і нівелює статусні відмінності співрозмовників. Ігровий характер інтернет-комунікації в досить явному вигляді проявляється і в можливості швидкої зміни як ролей-масок, так і вербального оточення. У цьому стані постійних трансформацій і метаморфоз цінується і винагороджується соціальна гнучкість, неупередженість, свобода від стереотипів та ідеологічних обмежень, вміння орієнтуватися в постійно змінюваному культурному та інтелектуальному контексті [19].

Інтернет-середовище також можна розуміти як культурне виробництво, де, власне, інтернет з його гіпермедійними інструментами здатен розвивати творчі напрями мистецтва, літератури, музики, що дає можливість будь-кому презентувати свій власний доробок для широкого загалу.

Загалом уся сфера культури пов'язана з символічним виробництвом. На думку Д. Сільвера, твори, які почали поширюватися через засоби масової комунікації, стали наділятися більш «високими» сенсами як твори дещо вищої категорії популярної культури. Водночас в їх аналізі стали переважати

семіотичні дослідження, що мали на меті також всебічне вивчення соціоісторичного контексту для дослідження соціальної значущості тих сфер культури, що пов'язані з символічними практиками. Так само й інтернет-культура, на думку дослідника, повинна розглядатися як сума культурної продукції, виробленої в межах інтернет-середовища і обмінюваної через нього, яка безпосередньо пов'язана з особливостями цього типу культурного виробництва, розподілу, регулювання і споживання [28].

Електронна революція, на думку В. Кравчик-Василевської, зумовила появу нових глобальних форм електронного фольклору, що вже містять нові фольклорні форми мультимедійного характеру, зумовивши появу нової транснаціональної мови, а також появу особливого поведінкового коду («нетикет») [11, 127]. Мережева мова, характерна й для постфольклору, на думку дослідниці, зберігає тяжіння до сконденсованої й експресивної оповіді, наявність певного коду, використання формул, неологізмів, аббревіатур, ігнорування традиційних орфографічних норм, сприяючи підтриманню спільних правил і заборон для її користувачів [11, 135].

Нові комунікативні практики та дискурси (соціальні мережі, блоги, чат-комунікація, коментарі), що стали доступними завдяки технологічній організації і структурі інтернет-мережі, зумовили появу і значне поширення творів, характеристики і спосіб існування яких дозволяє кваліфікувати їх як новий інтернет-фольклор, що типологічно належить до постфольклору. Поєднання комунікативної практики та творчої діяльності завдяки медіа-ігровим властивостям інтернет-простору дають підстави М. Загідулліній говорити навіть про певну фольклорну/постфольклорну комунікацію. Умовами виникнення такого типу комунікації, на її думку, є усний характер інтеракцій, принципова незначущість автора – першотворця артефакту, який отримує поширення, наявність чітко вираженої і усвідомленої всіма учасниками комунікації традиції, виявленої в правилах, жанрах, форматах, формах комунікації, в тому числі вписування в традицію розповсюдженого артефакту (тло комунікації); відсутність інших регуляторів відбору фольклорних артефактів, крім колективного смаку і думки (або мінімізація інших форм відбору, таких як маніпуляція, лобювання, промоушн та ін.); пристосованість відібраних артефактів до свідомо неточної реплікації (варіювання-імпровізація), яка закріплює фольклорне значення чергового артефакту.

Інтернет-комунікація формату Web 2.0, де контент створюється самими користувачами, на думку дослідниці, передбачає в якості головного принципу «архітектурної розбудови» колективність дій, яка в повній мірі відображає суть такої комунікації цього типу, що й дає змогу дослідникам розглядати комунікаційні майданчики Web 2.0 як потенційний субстрат комунікації фольклорного типу, де переважає усно-писемний тип повідомлень, викладених в мережу, із аудіовізуальним компонентом [8, 88].

Якщо звернутися до загального означення постфольклору як нової традиції, то один з основоположників цього феномена С. Неклюдов, виокремлюючи сегмент постфольклору в інтернет-мережі (інтернетлор в його трактуванні), наголошував, що ці тексти відтворюють деякі якості усної традиції (головним чином, мова йде про їх пластичність, легкість відділення від автора/власника, співвідношення тексту-пам'яті і тексту-маніфестації) [16].

Дослідник семіотики фольклору А. Дандес зазначав, що фольклор в своєму роді ніколи не вроджується, а скоріше є універсальною формою та живою частиною світу. Відтак, щодо сучасної ситуації він констатував той факт, що фольклор в цілому не еволюціонує, проте деякі жанри фольклору втрачають популярність, або виходять з ужитку, деякі жанри набувають популярності або входять в ужиток, а час від часу створюються нові фольклорні форми [4, 71-72]. Дане твердження в повній мірі характеризує появу і функціонування феномена постфольклору в сучасних умовах комунікативного простору.

Постфольклорні твори інтернет-середовища, що значною мірою формуються комунікативними практиками, позначені такими характеристиками, як надзвичайна лаконічність і компресіональність сенсів, аби передати максимум значень під час акту комунікації, а візуальність і видовищність прагне будь-що «зачіпити увагу користувача за аналогом рекламної інформаційної стратегії» [22, 39]. Загалом, як відзначають дослідники, сприйняття візуальних образів у віртуальному просторі має вищий рівень, сприяючи кращому донесенню закладеної в твір інформації [20, 42].

До того ж, особливе значення для творів інтернетного постфольклору мають контекстні відношення, інтертекстуальність як здатність здійснювати зв'язки між текстами, де фрагменти одного тексту співіснують з фрагментами іншого, утворюючи інші «варіанти», та певний рівень знань для «розкодування» їх конотативних значень. На відміну від усної традиції, яка визначалася локальним характером побутування, постфольклорні твори інтернет-середовища поширюються набагато швидше і серед більшої кількості адресатів, а мірою їхньої популярності є загальна кількість «репостів» (поширень), «лайків» (уподобань) користувачами мережі та загальний період присутності в інфопросторі.

Аналізуючи таку комунікативну модель, С. Данилюк зазначав, що якщо традиційно автором повідомлення був лише адресант, який не міг впливати на процес створення й повідомлення, то, розглядаючи інтернет-комунікацію, ми бачимо, що адресат є частково творцем, адже саме він визначає послідовність сприймання інформації, впливаючи, тим самим, на зміст повідомлення. Хоча й існує певне фактичне повідомлення в системі, є стільки варіантів поєднання його структурних частин, що кожна нова комбінація стає окремим комунікативним актом, створеним саме адресатом [5, 78].

Вплив комунікативного інтернет-середовища та загальна опосередкованість медіа-культурою позначилися на структурно-жанровому різноманітті постфольклору, твори якого, на відміну від усно-вербальної традиції класичного фольклору, містять аудіовізуальний компонент, анімацію, музичний супровід, що дає змогу передавати різноманітні смислові значення, максимально наближені для розуміння. Як зазначає О. Горошко, вплив інтернет-технологій щодо жанрового різноманіття досить великий, завдяки чому вони відрізняються високим ступенем креолізованості, гіпертекстуальності, оперативності, інтерактивності [2, 124].

В інтернет-фольклорі є надзвичайно поширеними знакові способи передачі емоцій, інтонацій, темпоритму висловлювання, які наповнюють письмове повідомлення/твір живою присутністю комуніканта, даючи підстави дослідникам визначити його як спонтанну усно-писемну мову. Якщо для доби існування традиційного фольклору, що безпосередньо пов'язувався і ґрунтувався на міфологічній парадигмі мислення, головне значення набувала вербально-структурна чіткість побудови твору для якнайкращого запам'ятовування та передання усною традицією, то в умовах сучасного інформаційно-комунікативного простору для творів постфольклору головним стає здатність твору подобатися багатом, що підкріплюється періодом його «життя» в мережі.

За змістом твори постфольклору в інтернет-мережі завжди є відображенням певних актуальних для користувачів мережі подій суспільно-політичного й культурного характеру, а, власне, самі твори, є концентрованим виміром оцінних значень, ідей, пропозицій.

Будучи частиною медіа-культури й нею опосередковуючись, твори постфольклору часто беруть до уваги те, що потрапляє у фокус медіа, тобто певну медіа-подію, якій надається певного значення. Водночас завдяки можливості поширення власної інформації та контенту в соцмережах така подія/прецедентне явище може формуватися користувачами власноруч, керуючись ознаками актуальності, надзвичайності, дивності, комічності та суспільного резонансу. Характеризуючи загалом віртуальний простір, Д. Сільвер зазначав, що останній є своєрідною антологією соціального, політичного і культурного життя, яке розгортається в інтернет-просторі [28]. Отже, можна зазначити, що й твори постфольклору є своєрідними прецедентними феноменами, які оперативно відображають актуальні події конкретного соціуму та є реакцією суспільства на них.

Підсумовуючи наведене, зазначимо, що поява новітніх засобів комунікації, зокрема інтернет-мережі та технологічних інструментів для активної участі користувачів мережі в розповсюдженні інформації, дала початок для формування особливого феномена електронної/віртуальної культури, що за своїми типологічними ознаками та способом розповсюдження належить до постфольклору. Саме технологічна складова і спосіб комунікації значною мірою визначають структурне та жанрове різноманіття творів постфольклору, а також їх семіосферу. Сегмент постфольклору, що опосередковується інтернет-комунікацією є надзвичайно «рухомим» культурним середовищем, де досить активно та оперативно знаходить відображення актуальна та суспільно значима інформація у вигляді креолізованих та вербальних творів, що в чіткій і лаконічній формі містять оцінно-нормативні судження користувачів мережі. До певної міри виробництво таких творів можна назвати безпосередньо постфольклорним типом комунікації, оскільки технологічні можливості інтернет-мережі передбачають таку колективну творчість.

Отже, з огляду на охоплення широкої аудиторії користувачів сучасними комунікативними інтернет-практиками, твори постфольклору набувають дедалі більшого поширення, удосконалюючи ідейно-змістове наповнення та способи його художнього втілення.

Література

1. Ворошилова Е. С. Интерактивность как выразительное средство эстетических практик в условиях киберпространства / Е. С. Ворошилова // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 332. – С. 59–62.
2. Горошко Е. И. К построению типологии жанров социальных медий / Е. И. Горошко, Т. Л. Полякова // Жанры речи. – 2015. – №2 (12). – С.119–127.
3. Гримов О. А. Социокультурные практики личности в социальных сетях: дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.06./ О. А. Гримов; Юго-Западный гос. ун-т. – Курск, 2014. – 192 с.

4. Дандес А. Фольклор: семиотика и /или психоанализ: сб. статей / А. Дандес. – М.: Изд. фирма «Восточная литература» РАН, 2003. – 279 с.
5. Данилюк С. С. Комунікативний процес у мережі інтернет: структурний аспект / С. С. Данилюк // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – № 8. – Том 1. – С.77–80.
6. Дахалаева Е. Ч. Автореферентные жанры интернет-дискурса / Е. Ч. Дахалаева // Вестник ИГЛУ. – 2013. – №4 (25). – С.24–29.
7. Еникеева А. Р. Пост-фольклор как форма социокультурных интересов современной молодежи / А. Р. Еникеева // Вестник КазГУКИ. – 2013. – №2. – С.90–92.
8. Загидуллина М. В. Теория интернет-фольклора: коммуникация фольклорного типа и само-идентификация участников крупных форумов / М. В. Загидуллина // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2015. – Т. 157, кн. 4. – С. 86–96.
9. Зражевська Н. І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіакulturі / Н. І. Зражевська // Актуальні питання масової комунікації. – 2013. – Вип. – 14. – С.70–75.
10. Коноплицький С. М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз: автореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.01 / С. М. Коноплицький; НАН України; Інститут соціології. – К., 2007. – 17 с.
11. Кравчик-Василевська В. Електронний фольклор як явище цифрової культури Слов'янський світ: щорічник. Вип. 7 / В. Кравчик-Василевська; [голов. ред. Скрипник Г. А.] НАНУ, ІМФЕ ім. М. Т. Рильського. – К., 2009. – С.127–138.
12. Лисюк Н. А. Постфольклор в Україні / Н. А. Лисюк. – К., 2012. – 347 с.
13. Малеева Н. С. Соціально-психологічний зміст комунікативних практик у мережі інтернет / Н. С. Малеева // Наука і освіта. – 2014. – №11. – С.113–118.
14. Морозов А. В. Фольклорное творчество в условиях становления информационного общества / А. В. Морозов // Беларуская культура ва ўмовах глабалізацыі: матэрыялы навуковай канферэнцыі, прысвечанай 35-годдзю БДУКМ (3 снежня 2010 г.): [у 2 т.] / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў. – Мінск, 2011. – Т. 1. – С.54–59.
15. Нежура Е. А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве Интернета / Е. А. Нежура // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 2. – С. 47–52.
16. Неклюдов С. Фольклор и его исследования: век двадцатый / С. Неклюдов [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. (1 файл). – Режим доступа: www.culture29.ru/upload/medialibrary/.../73bb571cb38f26cf4e596284aacc6b01.pdf.
17. Прохоренко Є. Я. Феномен кіберкультури в інформаційно-технологічному відтворенні соціуму: автореф. дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Є. Я. Прохоренко; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2008. – 23 с.
18. Радкевич А. Л. Социальные интернет-практики как объект социологического анализа / А. Л. Радкевич // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2009. – № 3 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. (1 файл). – Режим доступа: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/3/Radkevich>.
19. Сычев А. А. Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект / А. А. Сычев [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. (1 файл). – Режим доступа: <http://www.ict.edu.ru/ft/004098/sychev.pdf>.
20. Удріс Н. С. Візуалізація комунікативної практики як домінанта соціальної комунікації першого десятиріччя ХХІ ст. / Н. С. Удріс // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер.: Соціологія. – 2013. – Випуск 199. – Том 211. – С.38–43.
21. Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості: автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.07 / В. М. Фатурова; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2004. – 21 с.
22. Щурина Ю. В. Классификация комических речевых жанров коммуникативного пространства Интернета / Ю. В. Щурина // Известия ВГПУ. – 2014. – №2. – С.39–43.
23. Ядрышнікова Л. Г. Фольклор и постфольклор в культурных практиках повседневности: автореф. дис. канд. культурології: 24.00.01: теория и история культуры / Л. Г. Ядрышнікова. – Екатеринбург, 2008. – 27 с.
24. Ardevol E. Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet [Electronic resource]. – Access mode: <https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/cyberculture.pdf>.
25. Domokos M. Towards methodological issues in electronic folklore // Slovak Etnology. – 2014. – Vol.62. – P.283–295.
26. Blank T. J. (2012). Folk Culture in the Digital Age. The Emergent Dynamics of Human. Utah State University Press, 220 p.
27. Frank R. Newslore: Contemporary Folklore on the Internet. University Press of Mississippi, 2013, 224 p.
28. Silver D. Internet/cyberculture/digital culture/new media/fill-in-the-blank studies // New Media Society. – 2004. – Vol.6(1): 55–64.

References

1. Voroshilova, E.S. (2010). Interactivity as a means of expression of aesthetic practices in cyberspace. Vestnik Tomskoho gosudarstvennogo universyteta, 332, 59–62 [in Russian].
2. Goroshko, E.I., Polyakova, T.L. (2015). Construction of a typology of genres of social media. Zhanry rechy, 2 (12), 119–127 [in Russian].

3. Grimov, O.A. (2014). Social and cultural practices of the individual in social networks. Extended abstract of candidate's thesis. Kursk [in Russian].
4. Dundes, A. (2003). Folklore: semiotics and / or psychoanalysis. M.: Yzd. firma «Vostochnaya lyteratura» RAN [in Russian].
5. Danyluk, S.S. (2014). Communication processes on the Internet: the structural aspect. Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiya, 8 (1), 77-80 [in Ukrainian].
6. Dahalaeva, E.Ch. (2013). Avtoreferentn genre Internet-discourse. Vestnyk YHLU, 4 (25), 24-29 [in Russian].
7. Yenikeyeva, A.R. (2013). Post-folklore as a form of social and cultural interests of the youth of today. Vestnyk KazHUKY, 2, 90-92 [in Russian].
8. Zahydullyna, M.V. (2015). Theory Internet folklore, folk Kommunikatsii type and self-Authentication participants large forum. Uchen. zap. Kazan. un-ta. Ser. Humanyt. Nauky, 157 (4), 86-96 [in Russian].
9. Zrazhevska, N. (2013). New media and new forms of communication in the media culture. Aktualni pytannia masovoi komunikatsii, 14, 70-75 [in Ukrainian].
10. Konoplytskyi, S. M. (2007). Social aspects of communication on the Internet: a phenomenological analysis. Extended abstract of candidate's thesis. K. [in Ukrainian].
11. Kravchuk-Vasylevska, V. (2009) Electronic folklore phenomenon of digital culture Slavic World: Yearbook. (vol. 7), (pp. 127-138). K. [in Ukrainian].
12. Lysiuk, N. A. (2012). Postfolklor in Ukraine. Kyiv [in Ukrainian].
13. Malieieva, N. S. (2014). Social and psychological content of communication practices on the Internet. Nauka i osvita, 11, 113-118 [in Ukrainian].
14. Morozov, A.V. (2011) Folklore creativity in the information society. Belarusian culture in a globalizing world: proceedings of the scientific conference dedicated to the 35th anniversary BGUK (3 December 2010), (vol.1), (pp. 54-59). Minsk: Belarusian State University of Culture and Arts. [in Belarusian].
15. Nezhura, E. A. (2012). New types creolized texts in communicative Internet space. Teorija jazyka i mezhkul'turnaja komunikacija, 2, 47-52 [in Russian].
16. Nekludov, S. Yu. Folk traditions of the modern city. Retrieved from <http://www.culture29.ru/upload/medialibrary/f67/f67211a724844c58553b17ad1374f56a.pdf> [in Russian].
17. Prokhorenko, I. I. (2008). The phenomenon of cyberculture in the information-technology society playing. Extended abstract of candidate's thesis. Kh. [in Ukrainian].
18. Radkevych, A.L. (2009). Sotsyalnye Internet practices How object sotsyolohycheskoho analysis. Ynformatsionni humanyarniy portal «Znanie. Pnimanie. Umenie». Retrieved from <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/3/Radkevich/> [in Russian].
19. Sychev, A.A. Humor Internet communication: social and cultural aspect. Retrieved from <http://www.ict.edu.ru/ft/004098/sychev.pdf> [in Russian].
20. Udris, N.S. (2013). Visualization communicative practice as a dominant social communication of the first decade of the twenty-first century. Naukovi pratsi Chornomors'koho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly. Ser.: Sotsiolohiya, vol. 199 (211), 38-44 [in Ukrainian].
21. Faturova, V.M. (2004). Internet environment as a factor in the psychological development of the communicative potential of the individual. Extended abstract of candidate's thesis. K. [in Russian].
22. Schurina, V. (2014) Classification of comic speech genres communicative Internet space. Izvestiya VHPU, 2, 39-43 [in Russian].
23. Yadryshnikova, L.G. (2008). Postfolklor Folklore and cultural practices of everyday life. Extended abstract of candidate's thesis. Ekaterynburh [in Russian].
24. Ardevol, E. Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet. Retrieved from: <https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/cyberculture.pdf>. [in Spain].
25. Blank, T. J. (2012). Folk Culture in the Digital Age. The Emergent Dynamics of Human. Utah State University Press [in USA].
26. Domokos, M. (2014). Towards methodological issues in electronic folklore. Slovak Ethnology, 62, 283-295 [in Slovakia].
27. Frank, R. (2013). Newslore: Contemporary Folklore on the Internet. University Press of Mississippi [in USA].
28. Silver, D. (2004). Internet/cyberculture/digital culture/new media/fill-in-the-blank studies. New Media Society, 6 (1), 55-64 [in USA].

Стаття надійшла до редакції 15.09.2016 р.