

УДК 004.946

В. О. Волинець

СУБКУЛЬТУРА ВІРТУАЛЬНОГО СПІВТОВАРИСТВА: ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ

У статті розкрито підходи до визначення понять «субкультура», «віртуальна реальність», «віртуальне співтовариство», «комунікація», наведено найбільш значущі з них з точки зору культурології; визначено принципи особливості субкультури віртуальних співтовариств. Також в статті розглянуто середовище Інтернет як одне з важливих сфер самореалізації особистості. Висвітлено мовні аспекти віртуальної комунікації віртуального співтовариства, які є вагомими для опису особливостей субкультури віртуального співтовариства. У статті також приділено увагу невербальним засобам спілкування, які мають велике значення в реальному та віртуальному просторі.

Ключові слова: субкультура, віртуальна реальність, віртуальне співтовариство, комунікація, віртуальна культура.

Віртуальний світ сьогодні намагається задовольнити чи не всі потреби людини: продовольчу потребу та потребу в одязі можна легко вирішити, відкривши сторінку в Інтернеті з відповідним Інтернет-магазином, зробити замовлення та не виходячи з дому отримати бажані речі. Безліч ігор та кінофільмів, в які можна грати та дивитись онлайн, віртуальні музеї, віртуальні тури задовольняють потребу людини в розвагах. Віртуальні бібліотеки, електронні газети, різна довідкова інформація, яка міститься на Інтернет-сайтах, задовольняють потребу в інформації. Потреба в спілкуванні задовольняється завдяки численним віртуальним чатам, сайтам знайомств, участі у віртуальних співтовариствах. Відбувається все більше захоплення молоддю віртуальним світом. Відповідно до певних інтересів та уподобань можна створювати або вступати до віртуальних співтовариств.

Виникнення субкультури віртуальних співтовариств відбулося не одразу, оскільки віртуальний простір не вимагає традиційної соціокультурної організації його членів. Однак спільна діяльність багатьох людей неодмінно призводить до необхідності її регуляції на основі прийнятних для них норм та заради дотримання спільних цінностей.

В останнє десятиліття вивчення різних аспектів впливу Інтернету на соціум та особистість відбувається надзвичайно інтенсивно. Досить згадати такі імена, як П. Бурдье, Х. Рейнгольд, Дж. Сулер, Ж. Бодрійар та ін.[4; 10]. Загальна концептуальна розробка проблем, пов'язаних із феноменом становлення інформаційного суспільства, була розпочата в 70-ті роки ХХ ст. західними футурологами Дж. Гелбрейтом, Е. Тоффлером [22].

Істотний інтерес у дослідників А. Каптерєва й М. Носова викликають питання культурологічного осмислення віртуальної реальності [16]. Пильна увага таких вчених, як М. Брейк, О. Шадрін, Н. Смелзер, М. Саркитов, С. Матвеева, В. Грішин, О. Запесоцький [2; 18; 15; 9; 12] звертається на нові суспільні групи і соціальні явища, що виникли під впливом розвитку Інтернету, а також взаємодії Інтернету та соціокультурної структури сучасного суспільства.

Однак особливості впливу Інтернету на людину і культуру в цілому, і особливо на субкультуру віртуального співтовариства зокрема, поки не стали предметом

спеціального дослідження і є абсолютно новими для вітчизняної культурології. Крім того, саме поняття віртуального викликає жваві обговорення в науковому середовищі, так само, як і спроби з'ясування особливостей віртуального спілкування, віртуальних співтовариств.

Отже, метою даної статті є аналіз особливостей субкультури віртуальних мережових співтовариств.

Перш ніж дати визначення поняття «субкультура віртуального співтовариства», необхідно з'ясувати сутність таких термінів, як «субкультура», «віртуальна реальність», «віртуальне співтовариство», «комунікація».

У зв'язку з тим, що поняття «культура» надзвичайно містке, дослідники по-різному трактують і поняття «субкультура», однак на сьогоднішній день можна спостерігати спільність думок стосовно його змісту. Зокрема, М. Брейк, автор праці «Порівняльна молодіжна культура» [2], вважає, що субкультура – це норми, відділені від загальноприйнятої системи цінностей, норми, що сприяють підтримці і розвитку колективного стилю життя, також відділеного від традиційного стилю, прийнятого в даному суспільстві [2]. На думку видатного американського соціолога Н. Смелзера, субкультура – це будь-яка система норм і цінностей, яка вирізняє групу з великого співтовариства [18, с. 35–37]. Близькою до цього визначення є точка зору сучасного дослідника М. Саркітова, який характеризує субкультуру як «автономне цілісне утворення всередині домінуючої культури, яке визначає стиль життя і сприйняття її носіїв, що різняться своїми звичаями, нормами, комплексами цінностей» [20, с. 336]. В енциклопедії «Культурологія ХХ ст.» дається таке визначення субкультури: «це особлива сфера культури, суверенне цілісне утворення всередині домінуючої культури, яка вирізняється власною ціннісною будовою, звичаями, нормами. Культури різних епох демонструють складний спектр субкультурних феноменів. Для субкультури характерне відгородження і герметичність, наприклад, цигани, ув'язнені, молодіжна субкультура» [13, с. 236].

Дослідниця С. Матвеева в якості «культурних особливостей субкультури» назвала такі відмінності: «ціннісно-орієнтаційні, соціально-політичні, релігійні фактори, певний «ідеологічний заряд», який відрізняє її від оточення» [15, с. 35–39]. В. Грішин визначив субкультуру як «особливу і відокремлену сферу життєдіяльності людини, яку вирізняє певна специфічна система цінностей» [9, с. 75–96].

О. Запесоцький, розглядаючи соціально-культурні і соціально-психологічні механізми формування молодіжної субкультури, дає таке визначення поняття «молодіжна субкультура»: «молодіжна субкультура являє собою складну цілісність, якій притаманна якісна визначеність, що дає можливість розглядати її по відношенню до культури як субкультуру. Водночас молодіжна культура сама складається з множини субкультур (наприклад, субкультура панків, скейтбордистів, рокерів тощо), які, взаємодіючи, створюють поліфонічність молодіжної культури і розширюють простір для індивідуального і соціального самовизначення молоді. Молодіжну культуру необхідно розглядати і як результат соціально-культурної діяльності молоді, яка для реалізації свого творчого потенціалу формує особливі соціальні – формальні і неформальні – структури» [12, с. 48].

У свою чергу інтерпретація поняття «віртуальна реальність» є досить складною. Вперше цей термін використав учений у сфері візуалізації даних Дж. Ланье у середині 1980-х років для характеристики нової інформаційної технології. Нині термін «віртуальний» використовується тоді, коли потрібно сказати, що щось має всі характеристики конкретної речі, хоча формально воно не може бути визначено як ця річ [6, с. 25–26]. Це визначення чітко розкриває сутність терміна, однак у ньому

закладена смислова широта – термін «віртуальний» може застосовуватися до об'єктів будь-якої субстанції. Завдяки цьому у термінотворенні він вживається уже досить давно в різних сферах науки і техніки. Наприклад, у механіці – принцип віртуальних переміщень, в електроніці – віртуальні електрони і віртуальний катод. Сутність терміна «реальність» також достатньо широка, оскільки означає все, що охоплює як фізичний (об'єктивна реальність), так і духовний (суб'єктивна реальність) світи. Крім того, слово «реальність» має й інше смислове значення: приналежність до об'єктів і процесів, наприклад, реальність зображення, реальність явища тощо.

З технічної точки зору віртуальна реальність – це деякий умовний світ, утворений безліччю представлень даних і процесів у технічних (зазвичай комп'ютерних) системах, без прямого зв'язку з психічною діяльністю людини. Отже, до систем віртуальної реальності можна віднести анімацію, комп'ютерну графіку тощо.

При трактуванні віртуальної реальності як ілюзорного світу, або ілюзії, втрачається найбільш значуще, те, що віртуальна реальність – це реальність, бо вона фіксується людиною чи пристроєм. Тривимірна графіка, об'ємний звук, тактильні відчуття тощо – все це є матеріальними проявами віртуальної реальності. Для віртуальної реальності правильною є формула Д. Берклі – існувати, значить бути сприйнятим. Причому для віртуала або людини, яка поринула у віртуальну реальність – це об'єктивна реальність. Для спостерігача – це суб'єктивна реальність, бо він не поринув у віртуальну реальність і не ізольований у своїх відчуттях від зовнішньої, ординарної реальності.

Найбільш вдалим тлумаченням віртуальної реальності є визначення, яке наводить В. Бабенко: це якийсь штучний світ, в який занурюється і з яким взаємодіє людина, причому створюється цей світ технічною (переважно електронною) системою, здатною формувати відповідні сукупності стимулів у сенсорному полі людини і сприймати її відповідні реакції в моторному полі [5, с. 21–28].

М. Носов, родоначальник віртуальної психології й один із засновників російської школи віртуалістики, зробив наголос на існуючі матеріальні плацдарми віртуальної цивілізації, які, на його думку, стануть «точками зростання» нової культури [16]. Це не лише тренажери та ігрові комп'ютери, а й структури, що охоплюють великі соціальні ніші. Насамперед, це мережа Інтернет, яка стає необхідним елементом залучення до світової культури. Без доступу до Інтернету людина є інформаційно «знеструмленою». На думку, Е. Гроува, одного з розробників мережевого проекту Intel під назвою «Smart Connection» (технологія Intel Smart Connect Technology автоматично оновлює програми, такі, як електронна пошта та соціальні мережі, коли комп'ютер перебуває в сплячому режимі), Інтернет створює «віртуальну спільноту людей», перетворюючи тим самим сучасну культуру на новий тип культури – «глобальне село», коли немає меж для комунікації. Завдяки цьому змінюється і тип існування людини на так званий «диванний спосіб життя» [21].

Прикладом реалізації віртуального світу можна назвати створення комп'ютерних «віртуальних цивілізацій». В Японії створене віртуальне місто Хабітат, яке існує вже кілька років і його чисельність становить приблизно 10 тисяч мешканців [7]. Кожен власник комп'ютера може стати мешканцем цього міста – «аватаром». При придбанні «громадянства» людині пропонується вибрати собі зовнішній вигляд із 1100 варіантів, підібрати одяг. У системі використовується новітня комп'ютерна графіка, що посилює реалізм віртуального середовища. Мешканці можуть прогулюватися вулицями, спілкуватись з іншими аватарами шляхом друкування повідомлень з допомогою клавіатури, вступати в шлюб, позичати гроші, робити покупки, обирати керівництво, загалом жити повноцінним особистим і громадським життям. Таким чином, нова

віртуальна цивілізація з її кіберкультурою і віртуальною психологією починає змінювати та замінювати собою нинішній тип культури.

Поняття «віртуальне співтовариство» в науковий обіг ввів відомий сучасний дослідник феномена віртуальних співтовариств Х. Рейнгольд у 1988 р., коли почав писати про суспільне життя в on-line: «Віртуальні співтовариства є соціальними утвореннями, які з'являються в комп'ютерно-опосередкованих комунікаціях, коли достатня кількість людей стикається в публічних дискусіях на досить тривалий період часу зі значним проявом людських почуттів, таким чином формуючи простір (павутини) особистих взаємовідносин у кіберпросторі» [4]. Члени віртуальних співтовариств взаємодіють у багатьох випадках виключно з допомогою виведення тексту на екрани комп'ютерів. У своїй книзі «Віртуальне співтовариство» Х. Рейнгольд викладає аспекти спілкування через комп'ютери на прикладі дошок оголошень та інших мережевих конференцій (включаючи мережу Інтернет, але не обмежується лише нею), які змусили його розглядати це середовище як середовище, яке створює співтовариства і, крім того, культуру [4].

Отже, субкультура віртуального співтовариства – це сукупність характеристик, поведінкових, аксіологічних, мотиваційних, мовних, світоглядних та інших форм моделей і способів комунікації, притаманних суб'єктам даної субкультури, що знаходяться в комп'ютерно-опосередкованому і, разом з тим, психологічно безпосередньому зв'язку один з одним у кіберпросторі. При цьому ця спільнота є неоднорідною, більше того, єдиної мережевої субкультури взагалі немає. Це більше схоже на екосистему субкультур, яка включає в себе і субкультуру кіберпанків, фідошників та інші субкультури [19].

Носіями (суб'єктами) субкультури віртуального співтовариства є користувачі мережі Інтернет. Підлітки і молоді люди до 30 років становлять основну частину активних користувачів (комунікаторів) в Інтернеті, і в цьому сенсі простір Інтернет може бути розцінений як один з актуальних факторів соціалізації. За даними багатьох соціально-психологічних досліджень, які-небудь зміни на макросоціальному рівні (наприклад, виникнення і розвиток Інтернет) здійснюють свій соціалізаційний вплив на особистість (наприклад, на окремого активного користувача мережі) опосередковано – через зміну ролі і значущості тих чи інших нормоутворюючих мікроструктур соціального світу. Тому, ймовірно, соціалізаційним чинником буде не Інтернет, а та індивідуальна віртуальна мережа, яка вибудовується кожним користувачем відносно самостійно.

Одним із значущих завдань соціалізації, особливо в молодому віці, є пошук і підтримка позитивної соціальної ідентичності. Будь-яка субкультура має основні структурні компоненти. До них відносяться ціннісні орієнтації суб'єктів субкультури, їхні норми поведінки, звичаї, мода, мова тощо. Під цінностями слід розуміти результат оцінювання суб'єктом порівняльних якостей кількох об'єктів з точки зору своїх чи прийнятих як свої суспільних інтересів. Цінності розміщуються на шкалі, з допомогою якої люди оцінюють дії, речі, інших людей і себе. З допомогою шкали цінностей людина структурує світ, що її оточує, розташовуючи предмети і явища за критеріями їх цінності, тобто корисності [11, с. 15].

За визначенням сучасного філософа Б. Паригіна, спілкування являє собою багатогранний процес взаємодії і взаємовпливу людей один на одного. Воно може розглядатися не лише як акт усвідомленого, раціонального оформлення мовленнєвого обміну інформацією, а й як безпосередній емоційний контакт між людьми [17, с. 279]. У цьому контексті субкультура віртуального співтовариства будується на специфічному способі спілкування – віртуальній комунікації. Визначення, яке надав

Б. Паригін, повністю застосовується і до віртуальної комунікації. У віртуальному просторі з допомогою засобів віртуальної комунікації відбувається взаємодія суб'єктів комунікації (комунікаторів). Мережу можна розглядати як фактор та інструмент формування соціальних груп і співтовариств, простором розвитку нових культурних норм спілкування. Отже, користувач Інтернету, який спілкується з допомогою засобів віртуальної комунікації з одним або групою користувачів Інтернету, є суб'єктом субкультури віртуального співтовариства, а також об'єктом з точки зору іншого користувача Інтернету, який вивчає його.

Важливою відмінною особливістю будь-якої субкультури є мова. Мова – це засіб спілкування з допомогою символів, які розуміють всі люди, приналежні до даної культури або субкультури. Мова субкультури не обмежується звичайною мовою, яка спирається на звуки – вона включає мову жестів, спеціальних сигналів. Елементами мови є знаки, символи, правила їх поєднання. Субкультурі віртуального співтовариства властива своя унікальна мова, яка діє лише в межах даної культури або субкультури, а за її межами може бути незрозумілою.

Мовні аспекти віртуальної комунікації віртуального співтовариства є вагомими для опису особливостей субкультури віртуального співтовариства. Віртуальна форма спілкування виникла нещодавно, тому вона, на відміну від інших форм спілкування, менше залежить від традицій. Важливим чинником в електронному листуванні є економія зусиль відправника й одержувача: перший зацікавлений у тому, щоб написати менше і при цьому бути зрозумілим. Часто учасники спілкування нехтують правилами граматики і правопису. Якщо знаки пунктуації і використовуються, то вони відображають інтонацію мови: приміром, три крапки означають лінь, повільність, сонливість або швидкість мови учасника спілкування.

Велике значення в реальному та віртуальному просторі мають невербальні засоби спілкування. Такі засоби реального життя як жести, міміка, поза, рухи, хода у віртуальному світі неможливо використати. Натомість у віртуальному спілкуванні використовується новий невербальний засіб спілкування – емотікони («смайлики»), які виконують роль емоційного навантаження у спілкуванні. Спілкування в чатах наближується до паравербального за рахунок використання смайликів та інших подібних ефектів. Те, що пишеться в чатах, друкується зі швидкістю сказаного, при цьому редагування мінімальне або відсутнє зовсім. Таким чином відбувається письмове фіксування усного мовлення, тобто так звана «віртуальна дикція». Ізоморфність віртуального спілкування може бути визначена як втрата переваг і письмової мови й усної, тому що міміка співрозмовника є невидимою. Загалом віртуальне спілкування характеризується приємними відносинами, які досить часто можуть переноситись і на реальні зустрічі віртуальних співрозмовників. Однак, специфіка людського сприйняття побудована так, що при безпосередньому спілкуванні вимовити «тяжке» слівце страшно, а в електронному спілкуванні сказати його дуже просто.

Нова, переважно молодіжна, субкультура виникає на фоні норм спілкування, властивих носіям української культури та мови, що дає підстави зробити певні узагальнення. Завдяки мовному стилю субкультури відбувається економія зусиль співрозмовників – в коротких повідомленнях, які успішно декодуються обома сторонами. Неформальний стиль спілкування, прийнятий у чатах, дає змогу не звертати увагу на орфографічні помилки або неточності. Знаки пунктуації ставляться по смислу, але відображають, перш за все, інтонаційну структуру. Повідомлення, які відправник пише, він не перечитує і не виправляє і в такому вигляді надсилає. Одержувач повідомлення читає і відповідає, не звертаючись більше до тексту листа. Така ситуація ізоморфна для усного мовлення і є його письмовою фіксацією. Зрозуміло, що тільки

технічні можливості електронної комунікації і відпрацьовані в Інтернет-співтовариствах норми комунікативної поведінки роблять реальною подібну амбівалентність. Віртуальний жанр не сприяє деталізації опису, притаманного традиційній письмовій мові, тому роль компенсаторних механізмів, що сприяють розумінню та економії зусиль одержувача, виконують графічні символи, так звані смайлики.

Ще один спосіб передання мовного значення – це відображення смислової значущості даної інформації для відправника через великі літери або повторення однієї і тієї ж графеми. Тут працює канонічний принцип «чим більше місця у свідомості відправника займає дана інформація, тим більше візуального простору одержувача займає мовна форма, що передає цю інформацію».

Одним з важливих аспектів побудови структури субкультури віртуального співтовариства є вивчення мотиваційного регулювання суб'єкта віртуальної комунікації. Під мотивацією слід розуміти те, заради чого людина виконує ту чи іншу діяльність. Виокремлюють різні види мотивів у залежності від предмета, на який скерована діяльність. Кожен вид діяльності відповідає деякій людській потребі. Серед потреб вирізняють потребу в спілкуванні, знаннях, саморозвитку, досягненні, продовженні роду [14, с. 24].

Показником властивих суб'єктам віртуального співтовариства інтересів може слугувати характер тих телеконференцій (нюс-груп), на які вони підписуються. При вивченні мотивації суб'єкта віртуального співтовариства постає питання, що дає перебування в Інтернеті для розвитку особистості людини та її спілкування з іншими людьми. Діяльність людини в Інтернет розвиває її можливості, дає змогу набувати нові навички, або навпаки - не дає можливості для самореалізації і саморозвитку.

На думку зарубіжного дослідника Дж. Фішкіна, використання комп'ютерної техніки посилює інтимність соціальних та цивільних відносин, їх дискусивність, а також підвищує роль невеликих колективів, що відкривають нові можливості інтерактивної ідентифікації інтересів [3, с. 12–14]. Однак, Н. К. Баям вважає, що анонімність спілкування в мережі Інтернет, знижуючи роль міжособистісних дискусій, нерідко провокує «віртуальне насилля», прагнення «провести атаку» на безіменного партнера [1, с. 68–84].

Поряд із цим, гігантська кількість інформації, що циркулює в комп'ютерних мережах, може викликати стреси, породжені нервовим перевантаженням, відчуття відчуження, пов'язане з так званим «інформаційним шоком» (info-shock).

Отже, можна зробити висновок, що Інтернет є однією з важливих сфер самореалізації особистості та виступає фактором формування соціального співтовариства, яке є специфічним суб'єктом культури. Соціально-культурна природа даного феномена полягає в інтенсифікації міжкультурних контактів і кризі ідентичності певної частини молоді. Також слід відзначити, що в учасників даної групи розвивається відчуття приналежності до віртуального співтовариства.

Участь молоді в діяльності різних субкультур створюють об'єктивні умови як для забезпечення динаміки та збереження цілісності культурної системи, так і для гармонізації умов соціальної інтеграції та індивідуального самовизначення особистості.

Створення різних молодіжних організацій, зокрема віртуальних співтовариств, зі специфічною субкультурою дає змогу молоді реалізувати свою потребу в ідентифікації, під якою зазвичай розуміють один із механізмів соціалізації особистості, з допомогою якого набуваються або засвоюються норми, ідеали, цінності, ролі та моральні якості представників тих соціальних груп, до яких належить даний індивід.

Список використаної літератури

1. Bayam N. K. The Emergence of Community in Computer Mediated Communication / N. K. Bayam // *Cybersociety : Computer-mediated communication and community* / ed. by S. G. Jones. - Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications, 1995. – P. 68–84.
2. Brake M. The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures. Sex and Drugs and Rock'n'Roll? [Electronic resource] / M. Brake. – London : Routledge & Kegan Paul, 1980. – Mode of access : http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781134077632_sample_507391.pdf.
3. Fishkin J. Democracy and Deliberation : new directions for democratic reform / J. Fishkin. – New Haven : Yale University Press, 1991. – 135 p.
4. Rheingold H. The the electronic version of The Virtual Community [Electronic resource] / H. Rheingold. – Mode of access : <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>.
5. Бабенко В. С. Виртуальная реальность: проблема интерпретации / В. С. Бабенко // Виртуальная реальность как феномен науки, техники и культуры : Матер. 1-ого Всеросс. симпозиума по философ. проблемам виртуальной реальности. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 1996. – С. 21–28 ; Babenko V. S. Virtualnaya realnost: problema interpretatsii / V. S. Babenko // Virtualnaya realnost kak fenomen nauki, tekhniki i kultury : Mater. 1-ogo Vseross. simpoziuma po filosof. problemam virtualnoy realnosti. – Sankt-Peterburg : SpbGU, 1996. – S. 21–28
6. Бабенко В. С. Виртуальная реальность в музейном деле : учеб. пособ. / В. С. Бабенко; науч. ред. С. Н. Иконникова. – Санкт-Петербург : СПбГАК, 1997. – 103 с. ; Babenko V. S. Virtualnaya realnost v muzeynom dele : ucheb. posob. / V. S. Babenko; nauch. red. S. N. Ikonnikova. – Sankt-Peterburg : SPbGAK, 1997. – 103 с.
7. Чернобров В. А. Энциклопедия загадочных мест мира [Электронный ресурс] / В. А. Чернобров. – Режим доступа : <http://www.etextlib.ru/Book/Details/39292>; Chernobrov V. A. Entsiklopediya zagadochnykh mest mira [Elektronnyy resurs] / V. A. Chernobrov. – Rezhim dostupa : <http://www.etextlib.ru/Book/Details/39292>.
8. Виртуальный город Хабитат [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.peterlife.ru/funoffice/sensation/252439.html#.VkZl3XbhBD8>; Virtualnyy gorod Khabitat [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa : <http://www.peterlife.ru/funoffice/sensation/252439.html#.VkZl3XbhBD8>.
9. Гришин В. А. Субкультура и ее проявление в молодежной среде / В. А. Гришин // Общественные молодежные движения: проблемы и перспективы : сб. ст. – Москва : Прогресс, 1990. – 311 с. ; Grishin V. A. Subkultura i ee proyavlenie v molodezhnoy srede / V. A. Grishin // Obshchestvennyye molodezhnye dvizheniya: problemy i perspektivy : sb. st. – Moskva : Progress, 1990. – 311 с.
10. Сулер Дж. Компьютерная и интернет-зависимость [Электронный ресурс] / Дж. Сулер. – Режим доступа : <http://banderus2.narod.ru/77314.html>; Suler Dzh. Kompyuternaya i internet-zavisimost [Elektronnyy resurs] / Dzh. Suler. – Rezhim dostupa <http://banderus2.narod.ru/77314.html>.
11. Дишер Ф. Т. Мода и цинизм / Ф. Т. Дишер. – Санкт-Петербург, 1879 ; Disher F. T. Moda i tsinizm / F. T. Disher. – Sankt-Peterburg, 1879
12. Запесоцкий А. С. Молодежь в современном мире : проблемы индивидуализации и социально-культурной интеграции / А. С. Запесоцкий. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 1996. – 350 с. ; Zapesotskiy A. S. Molodezh v sovremennom mire : problemy individualizatsii i sotsialno-kulturnoy integratsii / A. S. Zapesotskiy. – Sankt-Peterburg : SpbGUP, 1996. – 350 с.

13. Культурология XX век : энциклопедия. – Санкт-Петербург : Университетская книга; Алетея, 1998. – Т. 2 – 447 с. ; Kulturologiya XX vek : entsiklopediya. – Sankt-Peterburg : Universitetskaya kniga; Aleteya, 1998. – Т. 2 – 447 s.
14. Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы, эмоции / А. Н. Леонтьев. – Москва, 1971. – 401 с. ; Leontev A. N. Potrebnosti, motivy, emotsii / A. N. Leontev. – Moskva, 1971. – 401 s.
15. Матвеева С. Я. Субкультуры в динамике культуры / С. Я. Матвеева // Субкультурные объединения молодежи. - Москва, 1987. – С. 35–39 ; Matveeva S. Ya. Subkultury v dinamike kultury / S. Ya. Matveeva // Subkulturenye obedineniya molodezhi. - Moskva, 1987. – S. 35–3
16. Носов Н. А. Манифест виртуалистики [Электронный ресурс] / Н. А. Носов. – Режим доступа : http://www.virtualistika.ru/vip_15.html ; Nosov N. A. Manifest virtualistiki [Elektronnyy resurs] / N. A. Nosov. – Rezhim dostupa : http://www.virtualistika.ru/vip_15.html.
17. Парыгин Б. Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории / Б. Д. Парыгин, под ред. А. С. Запесоцкого. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 1999. – 591 с. ; Parygin B. D. Sotsialnaya psikhologiya. Problemy metodologii, istorii i teorii / B. D. Parygin, pod red. A. S. Zapesotskogo. – Sankt-Peterburg : SPbGUP, 1999. – 591 s.
18. Смелзер Н. Дж. Социология / Н. Дж. Смелзер // Социологические исследования. – 1990. – №12. – С.35–37 ; Smelzer N. Dzh. Sotsiologiya / N. Dzh. Smelzer // Sotsiologicheskie issledovaniya. – 1990. – №12. – S.35–37
19. Смирнова И. А. Интернет как фактор субкультуры виртуального сообщества [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. культурол. наук : 24.00.04 / Ирина Александровна Смирнова; Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов. – Санкт-Петербург, 2000. – 19 с. - Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/internet-kak-faktor-subkultury-virtualnogo-soobshchestva>; Smirnova I. A. Internet kak faktor subkultury virtualnogo soobshchestva [Elektronnyy resurs] : avtoref. dis. ... kand. kulturolo. nauk : 24.00.04 / Irina Aleksandrovna Smirnova; Sankt-Peterburgskiy gumanitarnyy universitet profsoyuzov. – Sankt-Peterburg, 2000. – 19 s. - Rezhim dostupa : <http://www.dissercat.com/content/internet-kak-faktor-subkultury-virtualnogo-soobshchestva>.
20. Современная западная социология: словарь. – Москва : Политиздат, 1990. – 350 с. ; Sovremennaya zapadnaya sotsiologiya: slovar. – Moskva : Politizdat, 1990. – 350 s.
21. Технологія Intel [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.intel.com/support/services/smartconnect/sb/CS-033108.htm>; Tekhnolohiia Intel [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.intel.com/support/services/smartconnect/sb/CS-033108.htm>.
22. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – Москва : АСТ, 1999. – 784 с. ; Toffler E. Tretya volna / E. Toffler. – Moskva : AST, 1999. – 784 s.

Стаття надійшла до редакції 27.09.2015

V. Volynets

SUBCULTURE VIRTUAL COMMUNITY: THE CONCEPT AND FEATURES

In the article the approaches to the definition of «subculture», «virtual reality», «virtual community», «communication», are the most important ones in terms of cultural studies; are terms of different scientists on the problem of virtual reality and virtual communities

subculture; defined subculture principal features of virtual communities. Paid particular attention to the characteristics of the Internet as a business user a virtual subculture community, its important characteristics – language and non-verbal means of communication that are important in real and virtual space. Also in the article the environment of the Internet as one of the important areas of personal fulfillment. Deals with the linguistic aspects of virtual communication virtual communities that are important for describing features subculture virtual community. It is noted that one of the important aspects of building structures subculture virtual community is the study of motivational regulation subject virtual communication. However, under the motivation to be understood that for which a person performs a particular activity. The article stated that the participation of young people in various subcultures creates objective conditions for providing and maintaining the integrity of the dynamics of cultural systems and to harmonize the conditions of social and cultural integration and individual self-identity.

Key words: *subculture, virtual reality, virtual community, communication, virtual culture.*

УДК 316.722(47+57)“192/193”(045)

Д. С. Воронік

КОНСТРУЮВАННЯ ОБРАЗУ «РОБІТНИКА» В ПЛАКАТНОМУ МИСТЕЦТВІ СРСР В 1920–1930-Х РР.

У статті розглядаються особливості візуального конструювання образу «робітника» в політичному плакаті СРСР в 1920–1930-х рр. Простежується еволюція даного образу та її основні етапи. Аналізуються візуальні прийоми та засоби, які використовували радянські митці. Акцентується увага на зв'язку даного образу з політичними завданнями, що їх ставило радянське керівництво.

Ключові слова: *плакат, візуальний образ, культурний герой, робітник, коваль, СРСР, ідеологія.*

Будь – яка революція потребує героїв. Жовтнева революція 1917 р. не була виключенням. Митці, письменники та кінематографісти, активно взяли до справи створення «нових революційних героїв». Вони мали вирішити одразу дві проблеми: по-перше, виробити образи, з якими б населення могло ідентифікувати себе в новій політичній та соціокультурній дійсності, по – друге, створити ідеал для наслідування. Якщо вдатись до теорії архетипів К. Юнга, в радянському міфі центральне місце займав архетип героя. Таким героєм став робітник. Даний образ найбільш широко був представлений в плакатному мистецтві. В країні, де більшість населення було малограмотним, використання плакатних образів було дуже ефективним засобом впливу.

Основні поняття та характеристики міжвоєнної радянської культури визначив у своїй, вже класичній, праці В. Паперний [10]. Він акцентував увагу на змінах в «культурі один» (яка, на його думку, охоплювала 1920-і рр.) та «культурі два» (1930-і рр.), на які ми будемо спиратись в даній статті. В питанні вивчення особливостей поняття та характеристик культурного героя ми будемо орієнтуватись на праці радянського дослідника міфологічних традицій Є. Мелетинського та сучасних