

5. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні / Нац. акад. пед. наук України : [авт.: В. П. Андрущенко, І. Д. Бех, М. І. Бурда та ін.; редколегія.: В. Г. Кремень (Голова), В. І. Луговий (заст. голови), В. М. Мадзігон (заст. голови), О. Я. Савченко (заст. голови)]; за заг. ред. В. Г. Кременя. – К.: Пед. думка, 2011. – 304 с.
6. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад.: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. – К.: ТОВ "Видавничий дім "Плеяди", 2014. – 100 с.
7. Про освіту: Закон України // Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1060-12>.
8. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: Закон України// Урядовий кур'єр. – 2003. – № 32. (Вкладка) – С. 4.
9. Проект Закону про внесення змін до деяких законів України (щодо визнання неформальної освіти). – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54026.
10. Терьохіна Н. Неформальна освіта як важлива складова системи освіти дорослих / Наталя Терьохіна // Порівняльно-педагогічні студії. – 2014. – № 6 (20). – С. 109–114.
11. Хартія Ради Європи з освіти для демократичного громадянства та освіти з прав людини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://doccu.in.ua/odg/SitePages/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D1%82%>
12. Шапочкіна О. В. Неформальна освіта: зарубіжний досвід організації / О.В.Шапочкіна // Неперервна освіта за кордоном. –2011. – Ч. 7. – С 122–125.

References

1. Kremen, V. G. (Eds.). (2008). Encyclopedia of education. Kyiv: Yurinkom Inter [in Ukrainian].
2. Kremen, V. G. (2005). Education and science in Ukraine – innovative aspects: Strategy. Realization. Results. V. G. Kremen. Kyiv: Gramota [in Ukrainian].
3. Koyuta, O. (2009). Innovative culture and its characteristic peculiarities. Problemy nauki, 7, 15-20 [in Ukrainian].
4. Lukyanova, L. B. (2014). Education of adults: short terminological dictionary. L. B. Lukyanova, O. V. Anischenko. Nizhyn [in Ukrainian].
5. Andryshenko, V. P. (Eds.). (2011). National report about condition and perspectives of development of education in Ukraine. National academy of Pedagogical sciences of Ukraine. Kyiv: Ped. Dumka [in Ukrainian].
6. Zakharchenko, V. M. (Eds.). (2014). National educational glossary: high school. Second edition. Kyiv: Vydavnuchii dim "Pleyady" [in Ukrainian].
7. Law of Ukraine on education. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1060-12> [in Ukrainian].
8. Law of Ukraine on priority directions of innovative activities in Ukraine. (2003). Uryadovui kur'yer, 32, 4.
9. Project of law on implementations of changes to some laws of Ukraine (regarding to recognition of informal education). Retrieved from: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=54026 [in Ukrainian].
10. Terokhina N. (2014). Informal education as an important element of adults education. Porivnyalno-pedagogichni studii, 6 (20), 109–114 [in Ukrainian].
11. Charter on Education for Democratic Citizenship and Human Rights Education. Retrieved from: <http://doccu.in.ua/odg/SitePages/%D0%A5%D0%B0%D1%80%D1%82%> [in Ukrainian].
12. Shapochkina, O. V. (2011). Informal education: foreign experience of organization. (Vols. 7), (pp. 122-125). Continuous education abroad [in Ukrainian].

УДК 008:130.2+304.444

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

ВІРТУАЛЬНІСТЬ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ ЯК ПОЛЕ КОНСТРУЮВАННЯ УЯВНИХ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ

Стаття присвячена віртуалізації сучасного культурного простору, зокрема масової культури. Розкрито основні властивості й характеристики феномена віртуальності, проаналізовано процес віртуалізації з точки зору його позитивного і негативного значення для людини. Особлива увага приділяється ролі віртуальної реальності в набутті індивідом уявних ідентичностей, а також створенню віртуальних образів у процесі спілкування в інтернеті.

Ключові слова: віртуальність, віртуальна реальність, масова культура, ідентичність, інтернет-спільноти.

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

Виртуальность массовой культуры как поле конструирования воображаемых идентичностей

Статья посвящена виртуализации современного культурного пространства, в частности массовой культуры. Проанализированы основные свойства и характеристики феномена виртуальности, а также процесс вир-

туализации с точки зрения его положительного и отрицательного значения для человека. Особое внимание уделяется роли виртуальной реальности в формировании индивидом воображаемых идентичностей, а также созданию виртуальных образов в процессе общения в интернете.

Ключевые слова: виртуальность, виртуальная реальность, массовая культура, идентичность, интернет-сообщества.

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

Virtual mass culture as an imaginary identities construction field

The article is dedicated to virtualization of contemporary cultural environment, and in particular, mass culture. Are the main features and characteristics of the phenomenon of virtuality, analyzes the process of virtualization in terms of its positive and negative implications for human rights. Particular attention is paid to the role of virtual reality in the formation of imaginary individual identities, as well as the creation of virtual images in the process of communication on the Internet.

The rapid development of information and computer technology, new media, which greatly intensified since the last decades of the twentieth century. Leads to the transformation of not only economic and technological spheres of human activity, but also changing the face of culture and society, creating new cultural phenomena, based on the information and technical substrate. Modern cultural space, preferably formed mass culture, significantly expanding its boundaries through online networks that fundamentally changed the outlook of man, his self-awareness, and general semantic-symbolic codes of culture. A technological platform has become an integral and enhance the global spread of mass culture.

Being in the center of communication flows and new cultural practices, one is confronted with problems of identity. On the one hand, there inclusiveness mass culture, absorbing their individual cultural and behavioral matrices, on the other hand is to intensify existing identity that under these conditions is shown in offers plurality of cultural identities rights. A favorable environment for the implementation of such requirements become virtual reality, which is a special type of verbal-visual and communication systems and defines new principles of culture and human existence in it. Virtuality immerses man in semantic-symbolic space, giving opportunities not only unlimited communication of information and introduction to virtual communities of interest, the knowledge of his own "I", thus forming a single type (subculture) virtual space (the network).

The total space filling social media means of communication that repeatedly reproduce and reproduce their images produced, causes a specific organization of life, its sensitivity, which is included in daily communication flow models and stereotypes. Communication networks now provide many opportunities for individuals to be included in various virtual "community", which are formed by certain rules and able to self-form new identity cards.

Digital information environment that is increasingly gaining momentum, has the ability to simulate a non-existent reality immersed in it man and affect the senses as nearly true reality.

Mass communication as translators streams of popular culture offer different advertising themes, from the "Day", with particular emphasis in the video, are person-specific strategies and behaviors different social groups, which respectively raise desire or to identify with them, or vice versa to be in opposition to them. These "partial" fragmented identity gradually formed a certain semantic concept which, however, appears very movable structure depending on the socio-cultural situation.

Instead of material objects with a certain amount of physical capacity occurs intangible digital information (audio, visual). With the help of stereoscopy stereophonic sound and it has the ability to reproduce images of reality.

In terms of total media distribution of information flows that are increasingly filled with socio-cultural practices of human rights, individual identity is not a constant category, but always dynamic and changing process. Identity in the virtual space, which chooses the man partially correlated with the elements of the game (although it helps to solve some psychological problems and overcome barriers) and may take the plurality.

Virtual reality leads to a new understanding of the value of the symbol and image, concrete sense and abstract mental cognition. It can be seen as a new technique of representation, which largely determines the aesthetic experience.

Virtual reality is increasingly becoming a medium of communication and socialization of individuals. Virtual Communities offset the net deficit of global communication for persons in need of correction, socialization, integration. Online communities – is also new opportunities identity (status, sexual), the inclusion of which generates a sense of belonging, removes man from cultural or national status and identity in a disabled space global world.

The virtual world, creating the illusion of freedom representation of human in it, his "I", modeling it according to their own desires, going beyond this constituted identity, at the same time has a major impact on the human mind, consciousness, worldview. Reality perception virtual world creates great opportunities for manipulation of consciousness, changes in the personal interpretation.

Key words: virtual, virtual reality, popular culture, identity, online community.

Стрімкий розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій, нових засобів комунікації, що значно активізувався, починаючи з останніх десятиліть ХХ ст., призводить не лише до трансформації економічно-технологічної сфери діяльності людини, а й змінює обличчя культури й соціуму, породжуючи нові культурні феномени, які ґрунтуються на інформаційно-технічному субстраті. Сучасний культурний простір, що переважно формується масовою культурою, значно розширює свої межі за рахунок інтернет-мережі, яка докорінно змінила світогляд людини, її самоусвідомлення та й загалом знаково-символічні коди культури. А технологічна складова стала платформою активізації й глобального поширення масової культури.

Перебуваючи в центрі комунікативних потоків та новітніх культурних практик, людина стикається з проблемами самоідентифікації. З одного боку, спостерігається всеохопність масової культури, що поглинає індивіда своїми культурно-поведінковими матрицями, а з іншого – очевидно є активізація індивідуальності, що за таких умов проявляється в маніфестуванні множинності культурних ідентичностей людини. Сприятливим середовищем для реалізації таких потреб стала віртуальна реальність, яка є особливим типом вербально-візуальної і комунікаційної системи та визначає нові засади існування культури й людини в ній. Віртуальність занурює людину в знаково-символічний простір,

створюючи можливості не лише для безмежної комунікації, знаходження інформації, а й для долучення до віртуальних спільнот за інтересами, для пізнання власного "я", формуючи тим самим окремий тип (субкультуру) віртуального простору (мережі). Надзвичайно актуальним є з'ясування варіативних можливостей набуття людиною уявних ідентичностей у віртуальному просторі для реалізації її культурних та внутрішньо-особистісних інтенцій.

Феномен віртуальної реальності досліджували зарубіжні та вітчизняні дослідники: У. Брік, Ф. Брукс, Ф. Вебстер, Ж. Дельоз, С. Жижек, Дж. Ланье, І. Сазерленд, Т. Стоуньєр, С. Хоружий, С. Заборовська, Н. Зуділіна, О. Каріна, С. Коноплицький, О. Сотникова, Є. Уханов, Ю. Шадських.

Проблематика ідентичності знайшла відгук у працях П. Бергера, П. Бурдьє, Е. Гуссерля, Ж. Дерріди, І. Валлерстайна, Ж. Лакана, М. Фуко, М. Гайдегера, В. Хьосле, Т. Воропай, С. Головахи, О. Донченка, В. Михальченка, Л. Нагорної та ін.

До питання визначення сутності поняття віртуальної реальності та віртуалістики і їх характерних особливостей зверталось багато дослідників. Зокрема, визначальною особливістю віртуальної реальності як динамічного середовища, що формується медіа- та інформаційними технологіями і багато в чому є визначальною в системі взаємодії людини та світу, Є. Уханов називає тотальну симулятивність знаків, які утворюють цю реальність [14, 8]. О. Каріна наголошувала, що поняття віртуальної реальності застосовують як синонім для означення уявного, умовного, удаваного, фіктивного, симулятивного, потенційно можливого, яке, з одного боку, не є спостережуваним, а з іншого – позначає дійсне, фактичне, візуально представлене [7, 3]. С. Коноплицький зазначав, що віртуальне спілкування можна розглядати на рівні реального, за виключенням таких елементів, як міміка, жести, інтонації [8, 4].

Одним з магістральних напрямів сучасності, поруч з глобалізацією комунікацій є, на думку Л. Нагорної, віртуалізація культури. Ці два процеси, які йдуть паралельно, створюють безліч ареалів взаємовпливу та поле комунікацій [9, 3].

Тотальне заповнення соціального простору засобами медіа-зв'язку, що багатократно відтворюють і тиражують власні продуковані образи, зумовлює певну специфіку організації життя людини, її почуттєвості, яка щоденно є включеною в потоки комунікативних моделей та стереотипів. Комунікаційні мережі нині надають індивідові безліч можливостей для включення в різного роду віртуальні "співтовариства", які формуються за певними правилами самопрезентації та здатні формувати нові ідентичності особистості. Так, як пише А. Войкунський, віртуальний простір передбачає наявність певного світу, що володіє певною протяжністю й метрикою і може бути по-різному представлений у свідомості людей – користувачів Інтернету. Цей простір заповнений сховищами як інформації й розваг, так і презентаціями людей [2, 72].

Засоби масової комунікації як транслятори потоку масової культури пропонують різні рекламні сюжети, формують "події дня" з певними акцентами у відеоряді, представляють людині специфічні стратегії і моделі поведінки найрізноманітніших соціальних груп, які, відповідно, викликають бажання або ідентифікуватися з ними чи, навпаки, бути в опозиції до них. Такі "частковий", фрагментарні ідентичності поступово формуються в певну смислову концепцію, яка водночас виступає дуже рухомою структурою залежно від соціокультурної ситуації.

Отримуючи з екрану інформацію про всі аспекти життя, задовольняючи власну цікавість та інтереси, людина поступово починає подумки жити "екранним" життям героїв кіно, телепередач, "зірок". Відтак, віднаходячи чи створюючи для себе ідеали та зважаючи на ідеалізовано легкі стосунки, людина бажає ідентифікувати себе з ними. Екраном створюється певний ідеальний світ, у якому живуть "зірки" й знаменитості. Бажання звичайної людини-телеглядача долучитися до цього світу пов'язується з увлеченням про "екранне" життя як таке, що є "вільним від матеріальних турбот, від регламенту, від повсякденних обмежень, від усього, що робить невільними мільйони людей" [13, 88].

Цифрове інформаційне середовище, що все більше набирає обертів, має здатність імітувати неіснуючу реальність, занурювати в неї людину та впливати на органи відчуттів як справжня реальність. П. Вірлію підкреслює, що "віртуальна перспектива оптоелектричної присутності не протистоїть реальній перспективі оптичної присутності <...>, але зливається з нею в перспективі реального часу телекомунікації, викликаючи "ефект поля", коли актуальне й віртуальне разом створюють новий тип рельєфу, схожого зі "звуковим ефектом" високих і низьких частот" [1, 96].

Отже, замість матеріального предмета, що має певний фізичний об'єм, виникає нематеріальний об'єм електронної інформації (звукової, візуальної). За допомогою стереофонії та стереоскопії він здатний до відтворення образів реальності, фактично – штучно уявленої "стереореальності" світу, в якій лінія видимого горизонту заміщена рамками екрану [1, 96].

Серед найбільш характерних ознак віртуального світу та його об'єктів О. Шликова називає інтерактивність, що включає глядача-користувача в такий режим сприйняття, коли від нього очікується дія, постійне прийняття технічних рішень. Другою сутнісною ознакою віртуальності є дематеріалізація, пов'язана з цифровою основою зображень віртуального простору: "всі виміри, які повинні відображувати реальний простір, визначені й виміряні. Усі образи складаються з пікселів – відтак, усі об'єкти є певною кількістю точок" [16, 273].

На думку Т. Новак, симулятивний характер віртуальної реальності "стирає межі ідентифікації та приналежності до тієї чи іншої субкультури, даючи можливість одночасно перебувати в складі бага-

тьох субкультур", в результаті чого відбувається пошук себе в товаристві, віртуальній спільноті, які не мають жодних точок дотику зі справжньою ідентичністю людини [10, 14].

Людина, як пише І. Ігнат'єва, вибираючи певну ідентичність (тобто ідентифікуючи себе з певним героєм, образом), у своїй свідомості дозволяє собі розіграти роль, маніпулюючи собою й іншими. Суспільно вибрана ідентичність стає фантастичною, так створюється цілий ланцюг взаємних маніпуляцій, що призводить до недостатньо оформленої ідентичності" [6, 92].

Водночас це доводить, що в умовах тотального поширення інформаційних медіа-потоків, що дедалі більше заповнюють суспільно-культурні практики людини, індивідуальна ідентичність людини не є константною категорією, а постійним динамічним і мінливим процесом. Ідентичність у віртуальному просторі, яку вибирає людина, частково співвідноситься з елементами гри (хоча й допомагає вирішити певні психологічні проблеми та здолати бар'єри) та може набувати множинності. Такий ігровий компонент віртуальності, яка виступає світом плюралістичних проявів, вільним від обмежень, дає людині "можливість репрезентувати себе в мережі в декількох образах, змінити стать, вік, національність ... конструювати будь-які гібриди. Можливою стає дифузна ідентичність, негативна ідентичність, відтворення фантастичного "Я" [6, 96].

Віртуальна реальність спонукає до нового осмислення співвідношення символу і образу, конкретно-чуттєвого і абстрактно-розумового пізнання. Її можна розглядати як нову техніку репрезентації, яка багато в чому визначає естетичний досвід. Фундаментальним питанням є розмежування реальності і віртуальності, яка є медійно, технологічно сформованою подією.

Віртуальна реальність – це новий щабель у створенні ілюзії реальності. У просторі віртуальності індивід отримує новий ступінь свободи: він може активно взаємодіяти з середовищем, вибирати точку зору, будучи зануреним в цю штучну реальність.

Така потреба у віртуальному формуванні свого другого "Я" частково пояснюється посиленням кризи соціальних відносин: занурення в іншу реальність дає можливість індивідові докладати мінімум зусиль, аби бути "бажаним іншим" – привабливим, успішним, модним. Саме некорінення в бутті, розірваність свідомості породжують ситуацію претензії на статус іншого, чуже ім'я й персону.

Віртуальна реальність дедалі більше стає середовищем спілкування та соціалізації індивідів. Об'єднані в окремі субкультури, інтернет-спільноти сприяють самореалізації особистості, надаючи можливості як вербального самовираження, так і засоби візуальної самопрезентації. Такі віртуальні співтовариства в мережі компенсують глобальний дефіцит спілкування для осіб, які потребують корекції, соціалізації, інтеграції. Інтернет-спільноти – це ще й нові можливості ідентичності (статусної, сексуальної), включення в які формує почуття приналежності, виводить людину з національно-культурної або статусно-неповноцінної ідентичності в простір глобального світу.

Загалом, як зазначають дослідники, "універсалізація спілкування через електронні засоби сприяє тому, що людина як учасник сучасного історичного процесу набуває нових соціально-психологічних характеристик, які відтворюються в усіх співучасників глобального інформаційного простору" [4, 34].

Спілкування в інтернеті, з огляду на анонімність та фізичну неприсутність, також позначене своїми особливостями. Однією з них є, зокрема, те, що вербальні засоби спілкування, а також такі фактори, як вік, стать, професійна й соціальна приналежність тощо втрачають свої значення. В інтернет-просторі людина може конструювати будь-яку ідентичність, репрезентуючи себе будь-яким чином під час акту комунікації. Однак, на думку М. Постера, інтернет передбачає, власне, не ідентичності, а суб'єктивні режими кожної людини. В інтернеті індивіди конструюють свої ідентичності в режимі безпосереднього діалогу, а не в акті чистої свідомості [11, 122]. Цілком слушною в даному контексті є думка Н. Зуділіної, яка доречним вважає говорити про "конструювання" не нової ідентичності (оскільки "конструкт" має проявлятися поведінково), а віртуальної оболонки для неї (нік, аватар, персонаж гри), наділяючи її певними параметрами (вік, стать, професія і под.). Тобто здійснюється психологічна проекція на уявний віртуальний об'єкт певних бажань, якостей, почуттів, яких бракує індивідові. [5, 70-71].

Молодіжні інтернет-субкультури – це значною мірою виклик культурі загалом як ціннісно-нормативній системі, оскільки у віртуальному просторі знімаються всі нормативи і межі за рахунок "карнавальності" інтернет-простору, зняття кордонів і заборон, театральності і містифікації. Субкультурні інтернет-спільноти – це своєрідні структури з безмежними можливостями самореалізації особистості, в тому числі з будь-якими способами девіантної поведінки. В даному контексті С. Заборовська доречно наголошує на так званому семантичному понятті "маски", яка є елементом певного віртуального гротеску й маскараду, який має прояв у різноманітних віртуальних фальсифікаціях та розіграшах, а власне сам віртуальний простір стає ідеальним місцем для їх реалізації, чому сприяють його відкритість й анонімність [3, 10-11].

Потреба в такій психологічній реалізації бажання іншої ідентичності пов'язана, на думку О. Сотникової, із самою постмодерною ситуацією, в якій ігровий компонент, симулятивність, спонтанність перетворюються на специфічні засади взаємовідносин у соціумі, відтак людина відчуває потребу реалізації власної соціальної суб'єктності, яка починає трансформуватися, чому мають сприяти нові комунікативні практики [12, 3].

Отже, віртуальний світ, створюючи ілюзію свободи репрезентації людини в ньому, свого "Я", моделюючи його відповідно до власних бажань, виходячи за межі даної конституційованої ідентичності, водночас здійснює серйозний вплив на людську психіку, свідомість, світосприйняття. Реальність сприймання віртуального світу створює великі можливості для маніпуляцій свідомістю, змін в особистісній інтерпретації, стаючи своєрідним наркотиком. З огляду на таку ситуацію С. Хоружий говорить про появу нового

типу людини – homo virtualis, яка прагне замкнутися в горизонті віртуальної реальності, із зусиллям її покидає й виробляє специфічні "віртуалістичні" стереотипи поведінки й діяльності [15, 67]. Водночас віртуальна гра зі створенням уявних ідентичностей, з усвідомленим процесом вибору (хоча й дещо ілюзорним щодо повної свободи дій) є способом прояву самореалізації людини, її можливостей, шляхом пізнання її внутрішнього потенціалу, внутрішнього "я", подолання психологічних труднощів.

Література

1. Вирилио И. Информационная бомба. Стратегия обмана / И. Вирилио ; пер. с фр. И. Окуневой. – М. : Гнозис, Прагматика культуры, 2002. – 192 с.
2. Войскунский А. Е. Метафоры Интернета / А. Е. Войскунский // Вопросы философии. – 2001. – №11. – С.64–79.
3. Заборовська С. В. Особливості віртуального дискурсу в просторі Інтернет (на прикладі інтернет-щоденників) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02 / С. В. Заборовська ; Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. – Х., 2006. – 19 с.
4. Злобіна О. "Екранна версія" життя і зміни особистісної суб'єктивності : Круглий стіл "Особистість у контексті глобалізації", 31.01.2002 / О. Злобіна // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – №2. – С.33–37.
5. Игнат'єва И. Виртуализация идентичности в условиях развития новых технологий / И. Игнат'єва // Проблемы идентичности: человек и общество на пороге третьего тысячелетия. – М. : РОО "Содействие сотруднич. ин-та им. Дж. Кеннана с учеными в обл. соц. и гуманит. наук", 2003. – С.92–100.
6. Зудилина Н. В. Манифестации идентичности в Интернете: виртуальные проекции / Н. В. Зудилина // Теорія і практика упр. соц. системами: філос., психологія, педагогіка, соціол. – 2012. – № 1. – С. 68–74.
7. Каріна О. М. Віртуальна реальність: онтологічний статус : автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.01 / О. М. Каріна ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2004. – 17 с.
8. 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.
9. Нагорна Л. Символічний простір інформаційного суспільства: зорові аберації віртуальності // Політичний менеджмент. – 2009. – № 2. – С.3–12.
10. Новак Т. В. Інтеракція в контуркультурному середовищі в інформаційну еру : автореф. дис. канд. філос. наук : 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури. – К., 2014. – 22 с.
11. Постер М. Кибердемократия: Интернет и публичная сфера / М. Постер // Контексты современности –II : Хрестоматія.– Казань, 2001.– С.119–128.
12. Сотникова О. О. Гра та комунікація в соціальній віртуальній реальності : автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.03 / О. О. Сотникова ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2005. – 17 с.
13. Теплиц К. Все для всех: массовая культура и современный человек / К. Теплиц. – М. : ИНИОН РАН, 1996. –123 с.
14. Уханов Є. В. Мережеві комунікації та соціальне самовизначення індивіда : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03 / Є. В. Уханов ; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х., 2010. – 18 с.
15. Хоружий С. С. Род или недород? Заметки к онтологии виртуальности / С. С. Хоружий // Вопросы философии. – 1997. – № 6. – С.53–68.
16. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа : учеб. пособие / О. В. Шлыкова. – М. : Фаир-Пресс, 2004. – 415 с.

References

1. Vyrylyo, Y. (2002). Information bomb. The strategy of deception. Moskva: Gnozis, Pragmatika kul'tury [in Russian].
2. Vojskuns'kij, A. E. (2001). Metaphors Internet. Voprosy filosofii, 11, 64-79 [in Russian].
3. Zaborov's'ka, S. V. (2006). Features discourse in virtual space of the Internet (for example, online diaries). Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv [in Ukrainian].
4. Zlobina, O. (2002). "On-screen version of" life and personal subjectivity changes. Sociologija: teorija, metody, marketing, 2, 33-37 [in Ukrainian].
5. Ignat'eva, I. (2003) Ydentychnosty virtualization in terms of development novyh technology. Issues of identity: man and society on the threshold of the third millennium. (pp. 92-100) Moskva: ROO "Sodejstvie sotrudnich. in-ta im. Dzh. Kennana s uchenymi v obl. soc. i гуманит. nauk" [in Russian].
6. Zudilina, N. V. (2012) Manifestation of identity on the Internet: a virtual projection. Teorija i praktyka upr. soc. systemamy: filoz., psihologija, pedagogika, sociologija, 1, 68-74 [in Ukrainian].
7. Karina, O. M. (2004). Virtual reality: ontological status. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv [in Ukrainian].
8. Konoplyc'kij, S. M. (2007). Social aspects of communication on the Internet: a phenomenological analysis. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
9. Nagorna, L. (2009). Symbolic Space Information Society: visual aberrations virtuality. Politychnyj menedzhment, 2, 3-12 [in Ukrainian].
10. Novak, T. V. (2014). Interaction in outline the cultural environment in the information era. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
11. Poster, M. (2001) Kiberdemokratiya: Internet and the Public Sphere. The context of modern –II. (pp. 119-128). Kazan' [in Russian].
12. Sotnykova, O. O. (2005). Game and communication in social virtual reality. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv [in Ukrainian].
13. Teplic, K. (1996). All for all: popular culture and modern man. Moskva: INION RAN [in Russian].
14. Uhanov, Je. V. (2010). Network communication and social self-determination of the individual. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv [in Ukrainian].
15. Horuzhij, S. S. (1997). Rod or crop failure? Notes to the ontology of virtuality. Voprosy filosofii, 6, 53-68 [in Ukrainian].
16. Shlykova, O. V. (2004). Culture media. Moskva: Fair-Press [in Russian].