

**ГУРОВА Інна**

кандидат історичних наук,  
доцент, доцент кафедри  
культурології та філософської антропології  
Національного педагогічного університету  
імені М.П. Драгоманова

## **МЕРЕЖЕВИЙ СЕРВІС Web-2.0 ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ТРАСФОРМАЦІЮ ПОПУЛЯРНОЇ КУЛЬТУРИ**

Стрімкий розвиток Інтернет-технологій в останні десятиліття кардинально змінив майже усі сторони нашого сьогодення, вплинув на всі галузі сучасної культури. Цей вплив на собі особливо відчула сфера дозвілля, комунікацій, розваг, творчості тощо. Стрімке розповсюдження нових цифрових медіа невідворотно трансформувало медіа простір.

Мережевий сервіс Web 2.0 як друге покоління розвитку Інтернету, якісно вплинув на розвиток популярної культури. Якщо технологія Web 1.0, будучи поширеною у світі протягом 1990-х років, дозволяла користуватись мережею Інтернет як звичайним друкованим медіа, а саме — лише читати та аналізувати наданий контент, то нова технологія мережевого сервісу надає її користувачам набагато більше можливостей. Як зазначив, ще у 2004-2005 р.р., один із перших розробників і дослідників цього сервісу Т. О'Рейлі, світ Web 2.0 – це «світ, у якому аудиторія вирішує, що є насправді важливим» [1]. Це пояснюється тим, що вона технічно дозволяє споживачам контенту активно впливати на створення мережевого продукту шляхом додавання коментарів, виробництва власних WEB-продуктів та обмін ними з іншими користувачами. Це зробило Інтернет більш інтерактивним, а завдяки цьому споживачі стали

брати безпосередню участь у культурному виробництві. Ця нова обставина у створенні креативних продуктів поки що неоднозначно оцінюється фахівцями – від визнання її креативним проривом у майбутнє до негативної оцінки як загибелі культури.

Одним із перших продуктів, що розвинулась на цій платформі був блог, який перестав бути статичним щоденником. Блог (дослівно з англ. web-log – мережевий журнал) перетворився на інтерактивну модель, де автор може надавати своєму матеріалу назву, дописувачі обговорювати надане, обмінюватись думками та ідеями, додавати власні коментарі, ілюстрації, зображення та відео тощо. Наразі блогери складають значну конкуренцію професійним медіа і за кількістю читачів і за якістю наданого матеріалу. Це пояснюється відсутністю в мережі цензури та інших обмежень, тому можливо висловлювати ширший діапазон думок і вражень.

Завдяки Web 2.0 була створена і успішно працює онлайнова Wikipedia, де кожен охочий стає творцем статті, а наступний учасник може її відредагувати. Таким чином у функціонуванні мережевого контенту стає важливою діяльність користувачів, враховуються їхні думки та ідеї. Це робить Web 2.0 інтерактивною технологією, а учасники отримують безмежну свободу самовираження, вільну від офіційної заангажованості.

Завдяки технології Web 2.0 стали можливі соціальні мережі, зокрема Фейсбук. Він є популярним серед мільйонної аудиторії учасників через те, що вони тут не просто пасивні спостерігачі, а доступність і легкість програмного забезпечення дозволяє кожному з охочих створювати власне відео, анімацію, літературні поетичні чи прозові твори та викладати для огляду

у всесвітню мережу. Окремим різновидом популярного мистецтва фотографії стало селфі, де учасники, будучи аматорами, наповнюють свої профілі у соціальних мережах яскравими та незвичними фото, змагаються у креативності та винахідливості. Саме таку діяльність можна назвати культурними практиками.

Культурні практики – це стрижневе поняття у аналізі популярної культури, розуміння якої було запропоноване вченими британської дослідницької програми Cultural Studies (С. Гол, Р.Вільямс, Р.Хоггарт, Дж.Фіске). Ще у другій половині ХХ століття вони подали власне бачення культури та основні способи її функціонування у суспільстві, перенісши погляд з високої культури, що твориться підготовленими фахівцями, тобто елітою суспільства на замовлення еліти (класична музика, високоінтелектуальна література, театр, артхаусне кіно тощо) на повсякденне життя людей. Культура – це і є, з точки зору зазначених дослідників, сукупність певних культурних практик, цінність яких визначається залежно від того, як вони визначаються різноманітними соціальними групами. Популярна культура укорінена у повсякденності і реалізується через звичні культурні практики. На думку британських дослідників, саме ця її особливість дозволяє долучатись до культуротворчості тим прошаркам суспільства, які далекі від домінування, і вони можуть вільно творити поза офіційними вимогами владних інституцій або поза тиском (впливом) комерційних структур у тій сфері, яка пов'язана з безпосередньою аматорською, самодіяльною творчістю. Зокрема, Д.Фіске, один з теоретиків Cultural Studies, зауважував, що популярна культура завжди знаходиться у протистоянні домінації, ведучи при цьому своєрідну «семіотичну партизанську боротьбу». А звичайні люди

(«популус») самі надають значення товарам, шоу-бізнесу та зіркам, які їм подобаються і отримують від цього задоволення [2].

У такому розрізі популярна культура вирізняється як така, що є сферою активності споживача. Саме представники Cultural Studies першими зрозуміли популярну культуру як відмінну від масової у тому, що вона є актуалізованою реальністю у практиках сприйняття та інтерпретації, у живому безпосередньому досвіді читачів, дописувачів, слухачів чи глядачів.

Таким чином, Web 2.0 - це інформаційні технології, які дозволяють користувачам створювати та поширювати власний контент у всесвітній павутині, що являє собою креативні практики популярної культури. Її соціально-культурні особливості полягають у кардинальній зміні ролі масового інтернет-користувача від пасивного споживача до творця чи співтворця культури і просьюмера (споживача, що став виробником). А це в свою чергу призводить до того, що у культурне виробництво залучаються тисячі людей у кожній країні, що кардинальним чином впливає на значну кількість спеціалізованої професійної діяльності та в свою чергу змінює традиційні культурні інституції.

### **Список використаних джерел:**

1. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютерра. 2005. № 37 (609), 38 (610). [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://old.computerra.ru/2005/609/233483/>
2. Фиске, Дж. Анализируя популярную культуру / Дж. Фиске. – М.: Новое дело, 1989. – 543 с.