

УДК165.774:930.1(045)

Т. В. Мерщій

ІНТЕРАКЦІЯ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ В ІНТЕРНЕТІ В УМОВАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Державна служба якості освіти України

Анотація. У статті досліджується інтеракція масової культури в мережі Інтернет в умовах інформатизації суспільства. На підставі аналізу проявів феномену інтеракції масової культури в мережі підтверджено, що масова культура має багатолікий характер. З'ясовано, що завдяки процесам інформатизації суспільства та стрімкому розвитку інформаційно-комунікаційних технологій традиційні форми взаємодії представників масової культури змінилися. Актуалізуючи взаємодію її представників, інтеракція сприяє обміну думками між ними, слугує їхнім ній комунікації, визначає суспільні зв'язки угруповань між собою та із суспільством. Інтеракція постає невід'ємною складовою матеріального та духовного буття масової культури в усіх її формах соціальної взаємодії. Останні, у свою чергу, визначають вектори загального культурного розвитку на кожному з етапів його історичного поступу.

Ключові слова: інтеракція, масова культура, інформаційно-комунікаційні технології, трансформація, інформаційна ера, інформатизація суспільства.

Вступ

Початок ХХІ століття ознаменований усе ширшим застосуванням комп'ютерів та інформаційних технологій найрізноманітніших сферах життя. Комп'ютери, мобільні телефони, планшети (гаджети) дозволяють значно підвищити ефективність роботи в різних видах діяльності і відкривають людині нові обрії пізнання.

Сучасне життя людини немислиме без гаджетів, які значною мірою полегшують роботу, роблять цікавішим дозвілля, нівелюють сотні, а інколи і тисячі кілометрів між співрозмовниками. Спеціальні програми допомагають фахівцям практично у всіх сферах збільшити продуктивність роботи та послуг. А з підключенням до всесвітньої мережі людство отримало доступ практично до всіх інформаційних надбань. Мало того, доступ до останніх постійно розширюється за рахунок розширення всесвітньої мережі, яке відбувається внаслідок здешевлення комп'ютерної техніки та підключення нових закладів: архівів, бібліотек, галерей, музеїв. Це, у свою чергу, впливає на інтеракцію масової культури, змінюючи її основні параметри та породжуючи її нові комунікаційні зв'язки. Адже масова культура інформаційної ери є тлом, на якому розгортається складна і неоднорідна система інтеракції. Тому не викликає сумнівів, що специфічність інтеракційних процесів масової культури сучасної доби, визначення подальших тенденцій трансформації інтеракції в умовах інформатизації спонукає до осмислення останніх крізь призму сучасного соціокультурного простору.

Інтернет – всесвітня комп'ютерна мережа, яка на сьогодні об'єднує мільйони комп'ютерів по всій земній кулі, які у такий спосіб мають змогу обмінюватися різного роду інформацією. Мережа Інтернет дозволяє взаємодіяти різним локальним мережам між собою за допомогою певних стандартів та домовленостей, які були прийняті при створенні глобальної мережі. Інтернет – потужний інформаційний канал, і не аналізувати його – значить не дивитися у майбутнє. Як масове явище Інтернет існує трохи більше тридцяти років, однак і за цей короткий термін він став невід'ємною частиною життя мільйонів людей нашої планети, перевернув усі наші уявлення про засоби масової інформації, а відтак – про сутність інформації. І це не дивно, адже Інтернет руйнує кордони між народами і країнами, об'єднує мільйони людей і сотні країн, скорочує географічні відстані, ліквідує перепони в спілкуванні у різних галузях науки, культури, освіти, політики.

За комунікативними властивостями Інтернет інтегрує можливості друкарства, телебачення, телефонії та забезпечує свободу дій. За допомогою Інтернету можна проникнути у багато бібліотек світу, прочитати будь-яку книгу, подивитися останні новини, ознайомитися з книжковими новинками, переглянути кінофільми, користуватися словниками, почитати оголошення про прийом на роботу, ознайомитися з потрібною країною, містом, довідатися розклад руху транспорту, курс валют, брати участь у Zoom-конференціях, опублікувати свої книги чи статті, відвідати магазини, виставки і багато іншого.

Мета дослідження

Масова культура зустрічається з новими викликами у всіх сферах свого соціального буття. Останні, з одного боку, тотально інформатизують усі сфери суспільного життя, змінюючи саму масову культуру та звичні комунікативні практики, а з другого боку, вимагають трансформації її культурного середовища. У цьому контексті важливим є виявлення трансформації інтеракційних процесів масової культури та їхнього впливу на масову культуру інформатизованого суспільства, що й виступає метою даного дослідження.

Методологія дослідження

Для досягнення мети і вирішення більш конкретних дослідницьких завдань будуть використані культурно-історичний, соціокультурний та синергетичний підходи. Культурно-історичний підхід дозволить з'ясувати генезу й прослідкувати стадіальність розвитку масової культури в історичному поступі людства. Цей підхід буде застосовано для виявлення сутності та механізмів впливу інтеракції на культурне середовище. Соціокультурний підхід до осмислення проблеми інтеракції в масовій культурі передбачає її вивчення з позицій різноманітних впливів і взаємообумовленостей. З одного боку, соціальних, детермінованих потребами й характером розвитку суспільства, а з другого боку, більш широкими – культурними. Досліджуючи інтеракцію в масовій культурі у просторі Інтернету, доцільно звернутися до синергетичного підходу. Потреба такого звернення пояснюється тим, що методологічний потенціал системного підходу найбільш повно виявляє себе при дослідженні сталих, сформованих систем. Синергетичний підхід, навпаки, застосовується для дослідження систем, що перебувають у стані постійної трансформації. Очевидно, що сучасна масова культура, що трансформувалася в Інтернет-простір, не є завершеною, а перебуває в процесі становлення.

Результати

Починаючи з останнього десятиліття ХХ ст., масова культура стала предметом для суперечок серед філософів, культурологів і соціологів. Є доцільним розглянути феномен масової культури не лише на теоретичному рівні, а й на емпіричному, на практиці. Адже емпіричний рівень є базою для теоретичного, а досягнути феномен на рівні сутності неможливо без досягнення на рівні явища. Масова культура – це один із трьох (елітарна, масова, народна) сучасних шарів, зрізів культури, яка сформувалася у другій половині ХХ століття (хоча передумови її формування знаходимо у далекому минулому). Її становлення пов'язане із суспільством споживання, із розвитком механізованого і автоматизованого великого промислового виробництва, яке витіснило ручну працю, зумовило постійне розширення і концентрацію виробництва, інтенсифікацію процесів урбанізації, науково-технічного прогресу.

Перші спроби теоретичного осмислення феномену масової культури відносяться до рубежу ХІХ-ХХ століття і пов'язані з іменами Г. Лебона («Психологія народів і мас»), Г. Тарда («Особистість і натовп»), З. Фрейда («Психологія мас і аналіз людського «я»), які розглядали проблему масової культури в тісному зв'язку з процесом пере-родження громадянського суспільства в масове.

Д. Макдональд вважав, що масова культура – це фабричний продукт, призначений для гуртового продажу на ринку. Вона створюється технічними спеціалістами, на вимогу бізнесменів; її аудиторія – пасивні споживачі, які лише вирішують, купувати чи не купувати. Автор підкреслює, що масова культура – це «сила, що знищує всі старі бар'єри традицій, смаків, стирає культурні розбіжності» (Макдональд, 1968: 53). Тобто масова культура постає як загроза людській індивідуальності та як деградація мис-тецтва. В той же час Д. Макдональд відмічає інтегративну роль масової культури, яка знищує бар'єри і стирає розбіжності.

Цей феномен досить ретельно досліджувався в 60-80-х роках минулого століття як у зарубіжній, так і у вітчизняній філософії, культурології, соціології, внаслідок чого були виявлені основні його риси. Так, Л. Дротянко говорить про те, що у фундаменті масової культури лежить стандарт, якому підкоряються кваліфікація робочої сили, стиль управлінської діяльності, стиль життя людей – тип споживання, дозвілля, відпочинок, мода, спорт і т.д. Дослідниця зазначає, що формами її вияву виступають сучасний кінематограф, поп- і рок-музика, телебачення, масова художня література, засоби масової комунікації – FM-радіо, мобільний зв'язок, Інтернет-комунікації та комп'ютерні ігри тощо. (Дротянко: 2012, с. 141).

Коли йде мова про практичний вимір масової культури, мається на увазі втілення теоретичного феномену масової культури на практиці, тобто предметнення даного явища, а також його безпосередній зв'язок із мистецтвом. Практичний вимір масової культури включає в себе аналіз різних мистецьких напрямків, і не тільки, адже останнім часом спостерігається зростаюча експансія масової культури у такі сфери, як політика, релігія, наука, медицина, спорт і т. д. Наймаштабніший вплив масова культура реалізує в сфері мистецтва, торкається всіх сфер і мистецьких напрямків загальної теорії культури: музики,

живопису, літератури, поезії, театру, кіно, телебачення та ін. на просторах Інтернет-мереж. Це дає нам підстави вважати, що вищезазначені інструменти комунікації є засобами інтеракції масової культури.

Саме музика, кіно, телебачення та Інтернет є складовими аудіовізуальної культури, яка є предметом багатьох сучасних досліджень у філософії, психології, культурології тощо. Також предметом сучасних теоретичних роздумів стає так звана «екранна культура», яка включає в себе кіно, телебачення та Інтернет. Тому наша увага саме до цих видів практичного втілення та репрезентації масової культури не є випадковою.

Інтернет вносить лінгвістичні зміни в культурний контекст, вигадуючи нові слова, словесні вирази; позитивно впливає на мислення людей, забезпечуючи злиття образного і логічного відображення реальності; руйнує вікові, расові, територіальні та будь-які інші перепони; робота в Інтернеті дозволяє підвищити пізнавальну активність суб'єкта, індивідуалізувати процес засвоєння художніх артефактів, ознайомитися з різними напрямками сучасної художньої творчості, з дискусійними точками зору щодо змісту і значущості культурних творів. Це універсальний засіб передачі культурних цінностей і, в той же час, найбільшим сховищем артефактів культури. Це унікальна можливість самореалізації особистості в спілкуванні з однодумцями, листуванні, пошуку партнерів та однодумців за професією, хобі чи дозвіллям, всеспланетний клуб друзів за інтересами. З появою Інтернету масова культура стала розповсюджуватися значно швидше та оперативніше, традиційні форми соціальної взаємодії – інтеракції – трансформуються.

Обговорення

Інформаційно-комунікаційні технології дозволили трансформувати інтеракцію в Інтернеті: прискорити швидкість спілкування, скоротити відстань між користувачами, збільшити число «множинних реальностей» та усунути обмеження при ідентифікації, що дозволяє у віртуальному просторі покинути біологічну оболонку, залишити позаду свої соціальні ролі, які щодня виконуються в реальності.

Популярність Інтернету і технологій його розповсюдження зростає з кожним днем. Внаслідок великої конкуренції компанії, які виробляють програмне забезпечення і техніку, все більше здешевлюють свою продукцію, а іноді розповсюджують її безкоштовно. Це дає можливість мати доступ до Інтернету майже з будь-якого куточку світу. Будь-який власник сучасного мобільного телефону може обмінюватися інформацією, дивитися он-лайн телебачення, слухати радіо, працювати з документами. Можливість доступу до великої кількості інформації, новин, соціальних мереж, можливість робити вибірку корисної інформації, робить людину мобільною. Швидкість обміну стає моментальною. Як тільки одна людина викладає інформацію в одній частині світу, доступ до неї одразу отримують тисячі людей у всьому світі. Користувач сам вирішує, яка інформація його цікавить. При цьому він може вступити в групу за інтересами чи сам її створити. У такий спосіб створюються неформальні організації, коло яких не обмежується територіальним чи національним фактором. Група людей зі спільними інтересами можуть спіл-

куватися один з одним на великих відстанях, створюючи конференції, блоги, тематичні сайти.

Найбільш популярними серед молоді є такі ресурси Інтернету як електронна пошта, соціальні мережі та он-лайн ігри. Останнім часом популярність соціальних мереж вражає. Майже у кожного є своя сторінка на Facebook, Twitter, Myspace. За статистикою, кожен другий працівник офісу проводить годину робочого часу в цих спільнотах, а школярі та студенти взагалі не мислять свого життя без цих ресурсів.

Трансформується мова інтернет-спілкування. В лексикон входять нові мовні одиниці і навіть у словники (наприклад, слово-скорочення «lol» – «регочу з усієї сили», «omg» – «о боже мій», «tmo» – «на мою думку», «tmi» – «забагато інформації», «bff» – «кращі друзі назавжди» були додані до Великого оксфордського словника). Створюються нові «мови» – сленг комп'ютерних користувачів. Який, з одного боку, викликаний необхідністю скороченої передачі тексту за допомогою аббревіатур, а з іншого – говорить про низький рівень знання власної мови. Як зазначає О. Антіпова, залежно від специфіки обміну інформацією можна виділити довербальний, вербальний, писемний, літературний, електронний типи комунікації (Антіпова, 2013: 145). Звернемося до найближчих до нашого дослідження концепцій, згідно з якими основу загально цивілізаційного розвитку становить послідовна зміна типів комунікацій, зокрема специфіка функціонування інформаційного простору. Під час комунікації учасники спілкування не лише надсилають інформацію, а й постійно її приймають, тобто здійснюють зворотний зв'язок. Однорідні можуть збиратися в групи для акцій та публічних демонстрацій. Такий спосіб зв'язку однорідних прискорює реакцію людей на події місцевого та державного масштабу. На думку Ф. Бацевича, зворотний зв'язок – реакція адресата на повідомлення, яке допомагає адресантові зорієнтуватися в особі адресата, визначити міру дєвості їхніх аргументів, переконатись у досягненні чи недосягненні комунікативної мети (Бацевич, 2004: 67). Тобто зворотній зв'язок виступає свого роду мовленням співрозмовника.

Рівень впливу Інтернету на суспільство набирає вселенських масштабів. Так, автори нових ідей, можуть викладати їхніх у мережу для того, щоб дізнатися думку інших. Точка зору інших людей може вплинути на подальшу долю його твору. Завдяки можливості коментувати творчість інших людей і спостерігати за змінами в їхніх творах кожен користувач відчуває «причетність» до цих творів. Ю. Хабермас зазначав, що «ідеї унікальності індивіда, постійного вибору власної ідентичності призводять в майбутньому, при появі теми комунікації, до уявлення, згідно з яким ідентичність неможливо реалізувати наодинці, успішність вибору власної ідентичності залежить багато в чому від Інших» (Хабермас, 2006: 123). Однак в умовах віртуального буття особливо чітко простежується тенденція до практичного скасування суб'єктно-суб'єктної парадигми спілкування. Тут, фактично, існує тільки символічний суб'єкт, основною функцією якого в більшості випадків є навіть не комунікація, а персоналізація інформації. При найближчому розгляді віртуальне комунікативне середовище виступає, передусім, як засіб безвекторності самовираження особистості. У рамках цього процесу втрачає актуальність положення М. Бахтіна про неможливість існування абстрактного слова чи мовної дії (Бахтін, 1979: 45) Особистість, яка користується Інтернетом як засобом для самовираження,

не має чіткого уявлення про аудиторію. Остання для неї є абстрактною.

Сучасна масова культура, наповнена потужними інформаційними засобами, позитивно впливає на мислення людей. Так, під її впливом для сучасного мислення стають характерними такі властивості, як злиття образного і логічного відображення реальності, збагачуючи мислення людини. Логічне на екрані телевізора, а тим більше комп'ютера, подається глядачу у формі образів, що робить сприйняття логічного більш легким, доступним і емоційно забарвленим. Тим самим реалізується гносеологічна функція масової культури, яка виступає в різноманітних пізнавальних формах, які взаємодоповнюють один одного.

Інтернет сприяє розповсюдженню масової культури та злиттю культур в одну загальнолюдську. Так, Д. Белл пише, що «революція в засобах пересування і зв'язку, що перетворила світове суспільство в одну величезну Ойкумену (Всесвіт), означала розпад старих замкнених культур і злиття всіх існуючих у світі традицій мистецтва, музики та літератури у нове, вселенське вмістилище, доступне для всіх і зобов'язане своїм існуванням всім. Вже це розширення горизонту, змішання окремих мистецтв, пошуки «нового», чи то подорож з метою відкриттів, або снобістське прагнення чимось відрізнитися від інших, саме по собі становить створення нового типу модерна» (Белл, 1999: 254). У цьому випадку інтеракція в масовій культурі – це специфічний процес взаємообміну інформацією між учасниками всередині цієї культури, процес взаємного впливу людей чи груп один на одного у ході безперервного діалогу.

Інтеракція тлумачиться нами як ключ до розуміння сучасної масової культури, адже постає як сукупність історично сформованих способів та форм соціальної взаємодії, що відповідають вимогам культурного сьогодення. Отже, переважаючий відсоток актів мережевого спілкування, по суті, не носить конструктивного характеру, оскільки вони не можуть розглядатися як справжній діалог. Технічні особливості технології Інтернету як засобу комунікації, а саме: безтілесність суб'єкта, нівелювання соціальної приналежності, необмеженість контактів, анонімність та інше – створюють у користувача емоційно-психологічний стан якоїсь «особистісно-комунікативної» ейфорії, перебуваючи в якому мовець-суб'єкт перестає мати потребу в справжньому співрозмовникові. Голос віртуального суб'єкта є невразним на фоні голосів інших, подібних до нього. Як суб'єкти мережевої комунікації, її учасники конституують особливий дискурсивний простір.

Посилюється протистояння традицій та інновацій, поглиблюється розрив між поколіннями, змінюється ієрархія цінностей та пріоритетів у масовій свідомості, трансформуються норми й моделі поведінки, практик і технологій спілкування. Стрімка зміна ціннісних орієнтирів сучасного інформатизованого суспільства ускладнює процес організації структури взаємодії, призводить до збоїв у роботі соціальних комунікацій. На місце колишніх практик взаємодії приходять нові зразки і норми соціальної поведінки, пов'язані зі стрімким розповсюдженням нових засобів та передачі інформації.

Висновки

Інтеракція масової культури в Інтернет мережі в умовах інформатизації суспільства постає як динамічна взаємодія, де величина однієї змінної впливає на величину

інших змінних. Головна особливість соціальної взаємодії масової культури полягає в тому, що вона є процесом впливу індивідів один на одного. Інакше кажучи, у процесі взаємодії має місце вплив свідомості, інтересів, потреб, поведінкових установок однієї людини на іншу та навпаки.

Інтеракція масової культури ХХІ ст. трансформувалась, отримавши змогу взаємодіяти без безпосереднього контакту людей одним з одним. Тепер це не тільки спосіб передачі інформації через взаємодію, це є новітнім атрибутом взаємодії людей в умовах інформатизації суспільства та важливим чинником функціонування всіх його підсистем. Зростання різноманіття способів взаємодій, що змінюють спосіб і якість життя суб'єкта, сприяють розвитку комп'ютерних технологій, інтенсивності міжкультурних обмінів та міжнародних контактів. Відкритість суспільних відносин внесли зміни в соціокультурний простір і створили сприятливе підґрунтя для розвитку масової культури. Тому першочерговим завданням має стати насичення Інтернет простору якісними зразками культури, задля трансляції базових цінностей сучасного суспільства та формування духовного світу сучасної людини, а особливо молоді.

Список літератури

1. MacDonald D. A Theory of Mass Culture / MacDonald D. // *Mass Media and Mass Man*. – N.Y., 1968. – P. 12-24.
2. Дротянко Л. Г. Масова культура в інформаційному суспільстві / Л. Г. Дротянко // *Вісник Національного авіаційного університету*. Серія: Філософія. Культурологія: зб. наук. праць. – К.: Вид-во Національного авіаційного університету «НАУ-друк», 2009. – № 1 (9). – С. 141-144.
3. Антипова О. П. Соціокультурний простір інформаційної ери: взаємодія природної та штучної мов: монографія. – Дніпропетровськ: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2013. – 175 с.

4. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. - К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 342 с.
5. Хабермас Ю. Моральноесознание и коммуникативное-действие / Ю. Хабермас; пер. с нем. [С. В. Шачин]; под ред. Д. В. Складнева. – 2-е изд., стер. – СПб.: Наука, 2006. – 377 с.
6. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / [сост. С. Г. Бочаров; текст подгот. Г. С. Бернштейн и Л. В. Дерюгина; примеч. С. С. Аверинцева и С. Г. Бочарова. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. – М.: Academia – 1999. – 956 с.

References

1. Antipova O. P. (2013). *Sotsiokulturnyi prostir informatsiinoi ery: vzaiemodiia pryrodnychoi ta shtuchnoi mov* [Sociocultural space of the information age: interaction of natural and artificial languages]. Dnipropetrovsk: Dniprop. state University of Internal Affairs Affairs [in Ukrainian].
2. Bakhtin, M. M. (1979). *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of verbal creativity]. S. G. Bocharov (Ed.). Moscow: Iskustvo [in Russian].
3. Batevich F. S. (2004). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv: Publishing Center "Academy" [in Ukrainian].
4. Bell, D. (1999). *Gryadushcheye postindustrialnoye obshchestvo* [The Coming of Post-Industrial society: A Venture in Social Forecasting]. Moscow: Academia [in Russian].
5. Drotianko, L. H. (2009). *Masova kultura v informatsiinomu suspilstvi* [Mass culture in the information society]. *Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu, Seriya: Filosofiya. Kulturologiya, Proceedings of the National Aviation University*, № 1 (9). - P. 141-144 [in Ukrainian].
6. Habermas, Yu. (2006). *Moralnoye soznaniye i kommunikativnoye deystviye* [Moral Consciousness and Communicative Action]. (S.V. Shachin, Trans.). D.V. Sklyadneva (Ed.). Spb.: Nauka [in Russian].
7. Mac Donald, D. (1968). *A Theory of Mass Culture. Mass Media and Mass Man*. N.Y.

Мерщій Т.В.

ИНТЕРНЕТ-ИНТЕРАКЦИЯ КАК ФЕНОМЕН МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

В статье исследуется интеракция в сети Интернет как феномен массовой культуры в условиях информатизации общества. На основании анализа проявлений феномена Интернет-интеракции подтверждается, что массовая культура имеет многоликий характер. Выяснено, что благодаря процессам информатизации общества и стремительному развитию информационно-коммуникационных технологий, традиционные формы взаимодействия представителей массовой культуры изменились. Актуализируя взаимодействие ее представителей, интеракция способствует обмену мнениями между ними, служит их коммуникации, определяет общественные связи группировок между собой и с обществом. Интернет-интеракция возникает как неотъемлемая составляющая материального и духовного бытия массовой культуры во всех ее формах социального взаимодействия. Последнее, в свою очередь, определяют векторы общего культурного развития на каждом этапе его исторического развития.

Ключевые слова: Интернет, интеракция, массовая культура, информационно-коммуникационные технологии, трансформация, информационная эра, информатизация общества.

Mershchii T.V.

INTERNET INTERACTION AS A PHENOMENON OF MASS CULTURE IN THE AGE OF INFORMATION SOCIETY

Introduction. The beginning of the XXI c. was marked with the ever-wider use of computers and information technologies in various spheres of life. The mass culture of the information age is the backdrop against which a complex and heterogeneous system of interaction unfolds. The Internet allows various local networks to interact with each other using certain standards and agreements that were adopted while creating the global network. The Internet is a powerful information channel, analyzing of which means to looking into future. **The aim and tasks.** It is important to identify the transformation of the processes of Internet iterations in mass culture and their impact on mass culture in the information society. **Research methods.** The paper uses cultural-historical, socio-cultural, and synergistic approaches. The cultural-historical approach allows us to find out the genesis and trace the stages of the development of Internet communication in mass culture in the historical context. The sociocultural approach studies Internet communication from the standpoint of various cultural influences. A synergistic approach explores Internet communication as a dynamic and variable structure. **Research results.** The Internet is an integral part of the audiovisual and electronic culture of nowadays, which is the subject of many studies in philosophy, psychology, cultural studies, and others. With the advent of the Internet, mass culture has begun to spread much faster and more efficiently, the traditional forms of social interaction are being transformed. **Discussion.** There are two tendencies of the role of Internet interactions in mass culture. On the one side, the Internet brings linguistic changes to the cultural context; positively affects the thinking of people, ensuring the fusion of figurative and logical display of reality; destroys age-old, racial, territorial, and any other barriers. It is a universal means of transferring cultural values and, at the same time, is the largest repository of cultural artifacts. This is a unique opportunity for personal self-realization in communication with other people. On the other side, the technical features of the Internet technology and the specificity of virtual interactions on the Web reinforce the confrontation between traditions and innovations, deepen the gap between generations, and change the hierarchy of values and priorities. All this, on the contrary, complicates the process of organizing the structure of interaction, leads to disruptions in the work of social communications. **Conclusion.** The processes of social interaction in the mass culture of the XXI century have been transformed, they have received the opportunity to interact without direct contact of people with each other. The primary task should be to saturate the Internet space with high-quality samples of culture, for the transmission of the basic values of modern society and the formation of the spiritual world of a modern person, especially young people.

Keywords: Internet interaction, mass culture, information and communication technologies, transformation, Information era, informatization of society.