

УДК 130.2

Ю. Д. Доброносова
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри філософії та педагогіки
Національного транспортного університету

КУЛЬТУРА МЕДІАРОЗМАЇТТЯ ЯК ГОРИЗОНТ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ

На початку XXI століття медіадосвід стає рушійною силою самореалізації, причому сам суб'єкт є частиною медіасередовища, а особиста ідентичність – передумовою розгортання медіальності. На самоідентифікацію особистості нині зазвичай впливають кілька медіа, причому медіарежими можуть гармонійно співіснувати або боротися, тому актуальним є філософське осмислення медіарозмаїття як характерної особливості сучасної медіакультури, що є смисловим горизонтом і самоідентифікації. Досвід використання нової цифрової техніки з її мультимедійним потенціалом значно відрізняється від медіадосвіду минулих століть і навіть десятиліть, адже сьогодні медіа різних поколінь, переплітаючись між собою, творять складні мережі, а більшість викликів і ризиків сучасного глобалізованого світу, частиною якого є українське суспільство, так чи інакше пов'язані з розвитком медіарозмаїття. В умовах агресії проти України й військового конфлікту на її території винятково важливим для вітчизняної гуманітарної науки є й розгляд питання негативних медіавпливів. Філософсько-антропологічне осмислення колізій розвитку медіарозмаїття дає змогу фіксувати не лише виклики теперішнього, а й прогнозувати виклики майбутнього.

Аналіз останніх досліджень медіакультури та медіа як чинника смислотворення й важливого фактора суспільних змін засвідчує, що кількість праць, присвячених філософському та міждисциплінарному осмисленню медіа, щороку зростає, причому протягом кількох десятиліть філософи, соціологи, психологи, культурологи, фахівці з мас-медіа починають розгляд специфіку сучасних медіа з указівок на те, що нові медіа породжують нове людство, а з кожним новим поколінням медіа відбувалися й відбуваються докорінні зміни в культурі. Однак для пізнання всіх поколінь актуальних у сьогоденні медіа подібної вказівки недостатньо, тому велике значення мають ті дослідження, в яких науковці обирають перспективу філософської антропології, феноменології, філософії культури для дослідження медіакультури та ролі медіа в самоідентифікації. На когнітивну функцію медіа звертали увагу вже такі дослідники, як Маршалл Мак-Люен, Фрідріх Кіттлер, Вілем Флюссер, Дітмар Кампер, акцентуючи також і на екзистенціальному, й онтологічному значенні медіа. Цінними концептуально й методологічно для нас є праці Вальтера Беньяміна, Нікласа Лумана, Норберта Болца, Поля Вірлію, Бориса Гройса, Лева Мановича, Лідії Стародубцевої, Ольги Бурової, Михайла Степанова, Ніни Сосни й роботи, присвячені розвитку сучасної медіакультури, соціальних мереж і медіакommунікації (Яна Шмідта, Сергія Ягодзинського, Катерини Батаєвої, Оксани Чепелик, Яніни Пруденко). Різні аспекти самоідентифікації в культурі медіарозмаїття постають у працях філософів (Жана Бодрієра, Дітмара Кампера, Умберто Еко, Тетяни Воропай, Катерини Батаєвої, Лідії Стародубцевої), у дослідженнях розвитку нових медіа й мас-медіа, медіаосвіти й медіапсихології, серед яких виділимо підходи таких дослідників, як Лен Мастерман, Валерій Іванов, Любов Найдюнова, Наталя Череповська, Микола Слюсаревський, Володимир Різун, Юлія Голоднікова.

У філософських дослідженнях медіа нині помітне домінування кількох тенденцій: осмислення соціокультурного та когнітивного потенціалу медіа, з'ясування особливостей культури нових медіа та їх впливу на розвиток медіакультури загалом і осягнення впливу різних видів медіа на самоідентифікацію особи в контексті пізнання розвитку постмодерної культури. Наприклад, російський філософ і культуролог Михайло Степанов [10] стверджує, що сучасні

цифрові медіа вже не можна розуміти як варіанти «протезування», бо вони стають онтологічною умовою існування, а сутнісною рисою людини є саме відкритість усім можливим медіа, отже, нові медіа можна трактувати скоріше як машини абстракцій. Із цією думкою перегукуються міркування української дослідниці Марти Наумової, яка вказує, що різноманітність медіа є можливою завдяки гетерогенній тілесності, що приймає режими медіа, адже «не існує світу окремо від способу його осягнення (медіа), від процесів конструювання сенсу» [6, с. 154], тому в медіареальності й поширюються різноманітні медіа-сліди людської суб'єктивності, а виникнення масових комунікацій, починаючи з аналогових форматів мовлення та закінчуючи формуванням цифрових мультимедійних систем, змінили наше відчуття тіла і способи поведінки з ним. Філософ Лідія Стародубцева [9], міркуючи над «утратою відчуття дистанції», характерною для дигітальної доби, зазначає, що саме нова медіареальність сплела в хізмі внутрішньо-зовнішній об'єктивований світ і його суб'єктивне переживання так, що більше не лишилося ані далекого, ані близького. Північноамериканський теоретик нових медіа Лев Манович [5, с. 108] пропонує розрізнити нові медіа та кіберкультуру як різні сфери досліджень. Російський дослідник Денис Сітков [10] стверджує, що, з одного боку, метафізичне мислення запускає роботу медіа, а з іншого – самі медіа здійснюють метафізичну роботу, причому історія метафізики супроводжується ускладненням моделі реальності і збільшенням кількості медіа. Але не варто забувати, що домінанта певних поколінь медіа впливає й на саму філософію та її культурні техніки, на що звертають увагу різні дослідники медіа (Лідія Стародубцева або Фрідріх Кіттлер). Мабуть, тому Франк Хартман вказує на те, що «розгортання online-культури в стосунку до наукового дискурсу означає певний індустріальний зсув, котрий рве із традиційним виробничим принципом також і в галузі соціальних і гуманітарних дисциплін» [11, с. 289].

На основі аналізу наявних досліджень різних поколінь медіа, медіальності й медіадосвіду можна зробити висновок, що проблема специфіки медіарозмаїття як характерної особливості сучасної медіакультури недостатньо розроблена, потребує філософського аналізу, що й зумовлює пропонувану в статті перспективу розгляду. Отже, перед нами постає мета – проаналізувати медіарозмаїття як характерну особливість сучасної медіакультури, що нині є смисловим горизонтом розгортання самоідентифікації особистості. Її реалізація передбачатиме виявлення специфіки сучасної медіакультури як культури медіарозмаїття, що є важливою особливістю сучасного суспільства як мережевого та з'ясування особливостей її впливу на самоідентифікацію.

Розвиток медіакультури сучасності як культури медіарозмаїття передусім пов'язаний із поступом нових медіа та цифрової техніки, що засвідчують поширення нових повсякденних комунікативних практик, трансформації культурних технік і співвідношення впливу традиційних медіа попередніх століть і нових медіа на особу, їх ролі в житті людини, в її особистісному спілкуванні та самореалізації. Мережева комунікація, яку забезпечують нові медіамережі, може бути механізмом компенсації в умовах неефективності соціальних інститутів, формувати нові соціальні взаємини й визначати рамки нової соціальності мережевого суспільства, сприяючи дифузії інновацій у різних сферах соціуму, конструюючи комунікаційний простір як простір мереж різного ступеня складності. Говорячи про сучасне суспільство як мережеве, Мануель Кастельс [4] визначає

його як особливий тип інформаційного суспільства, основоположною рисою якого є мережева логіка його базової структури, причому характерним стає використання інформації як головного ресурсу, що формує технології для впливу на інформацію, а значна частина інформаційних взаємин і комунікацій здійснюється за допомогою електронних мереж. Однак мережева логіка, розвиваючись і інтенсифікуючись в електронних мережах, починає пронизувати й суспільство за їх межами. Мережеве суспільство позначене змінами уявлень про простір і час, причину та наслідок, разом із цим змінюються уявлення особи про предметність, на що впливає передусім розвиток медійного середовища. Медіамережі зіткані з комунікацій, а не з просторів, але вони знаходяться як у просторі, так і в часі, тому мережева логіка починає пронизувати соціум і поза межами електронних мереж, і саме в такому контексті розгортається самоідентифікація особистості, конституюється її ідентичність. Нові медіа трактуються і як новий етап у розвитку масової комунікації, проте поширеною є й точка зору, за якою технології нових медіа є противагою масовокомунікаційним технологіям. Навіть у побутових розмовах про нові медіа їх часто ототожнюють із медіа соціальними та народженням нових форм комунікації виробників певного контенту з його споживачами, з копродукцією контенту самими користувачами. Нині мережеві комунікації є вирішальним фактором конструювання комунікативного простору сучасної медіакультури. За Мануелем Кастельсом, Інтернет і бездротова комунікація є засобами інтерактивної комунікації й не належать до засобів масової інформації, причому кордони між останніми та новими формами комунікації часто зникають. Всесвітня мережа й мережі бездротової комунікації стають своєрідним каркасом комунікаційних практик повсякденності, адже навіть телебачення, яке залишається часом домінантним медіа в певних регіонах чи серед певних вікових груп, виявляється пов'язаним із потоками інтерактивної комунікації. Спираючись на ідеї щодо трансформацій масової комунікації під впливом поширення нових технологій, які пропонують американські вчені Дж. Брайант і С. Томпсон, Володимир Різун [7, с. 50–51] зазначає, що транзактна медійна комунікація поступово витісняє масову комунікацію, транзактні медійні технології навіть не можна назвати масовокомунікаційними, бо вони відрізняються технологічною системою й технологічним об'єктом у них є медіакористувач, а не масова аудиторія. Існує велика спокота розглядати нові медіа передусім як новий етап у розвитку масових комунікацій, коли відбувається своєрідне колективне редагування медіареальності, а медіапродукція поширюється за допомогою цифрових технологій. Для такої комунікації характерна інтерактивність, яка є ключовою характеристикою нових медіа, тому серед дослідників і поширюється ототожнення соціальних і нових медіа, і ця точка зору характерна для тих підходів до медіа, котрі виростають зі студій мас-медіа. Отже, якщо в основі медіамереж лежить комунікація індивідів, то саме в їхньому житті відбуваються докорінні зміни, включно із психологічними трансформаціями, пов'язаними з новими варіантами медіадосвіду і спілкування та поширенням швидких варіантів комунікації та мобільності як базової характеристики всіх комунікаційних практик повсякденності. Але своєрідною крапкою відліку в комунікаційних мережах виявляються не індивіди, а повідомлення, причому інколи неважливо, хто є його носієм, важливе інше – якого зразка повідомлення формують систему комунікації, тому повідомлення легітимізують суб'єктів у їхньому соціальному статусі.

Мережева комунікація, характерна для сучасної культури медіарозмаїття, позначена мультифункціональністю, а кількість її функцій постійно збільшується. Часто привабливість мереж нових медіа пов'язана саме із цим, а також із соціабельністю, що дає відчуття невимушеності й навіть легкості стосунків. У критиці нової медіакультури можна зустріти тривогу щодо того, що вона часто постає як середовище ідентифікації, а не самоідентифікації, та в більш поміркованій перспективі ми повинні виходити з розуміння

того, що крізь кожного з комунікантів перед нами постають різні вияви інтерсуб'єктивності, з огляду на панування візуалізації вона прозирає у вигляді інтервізуальності. Кожне наступне покоління медіа виявляє по-різному свій потенціал виявлення надмірності як характеристики людського існування. Як зазначає Норберт Болц [3, с. 34], перехід до нової культури від культури друкованої книги позначений тим, що сьогодні ми ставимо рішучий акцент уже не на інформації, а на комунікації, причому нова медіатехніка має слугувати мобільності й комунікабельності, чому сприяє й перехід медіа до цифрового формату, який часом задає масштаб не лише новим медіа, а й старим. Нові комунікативні практики, пов'язані з розвитком комп'ютерних мереж, можуть містити й мітки зв'язку з культурними техніками або особливостями, пов'язаними з досвідом використання старших поколінь медіа (інтенсифікація техніки друку на друкарській машинці в комп'ютерному наборі та інтенсифікація потенціалу фотографії в цифровому фото, своєрідне «проростання» специфіки простору сторінки друкованої книги в комп'ютерній інтерфейсі, поява гібридних форм нових медіа й телебачення, нових медіа й медіакінематографу). Аналізуючи специфіку кіберкомунікації, Катерина Батаєва [2, с. 252] використовує термін «потенціалізація» Нікласа Лумана, за допомогою якого він характеризує медіаписьмо. Дослідниця вказує, що центральною особливістю кіберкомунікації є те, що вона здійснюється в письмовому режимі, отже, альянс письмового та усного мовлення у віртуальному просторі є нерівноправним, попри всі передбачення щодо приходу нової усної доби. К. Батаєва зазначає, що потенціалізація кіберкомунікування виявляється в «можливості утримування відповіді, ігнорування повідомлення, поверхового розуміння або взагалі нерозуміння інформації, що міститься в ньому» [2, с. 252], причому невимогливість кіберкомунікації дає змогу творити простір вільного спілкування, коли формується ситуація екзистенційної розслабленості й необов'язковості стосунків. Вочевидь, і потенціалізація письма, і потенціалізація кіберкомунікування впливатимуть на процес самоідентифікації особи, котра буде розгортати свій досвід у спілкуванні в соціальних мережах або чатах. Виявлення такої внутрішньої потенціалізації письма всередині кіберкомунікування дає можливість побачити підстави для співіснування різних поколінь медіа в сучасній медіакультурі та медіадосвіді сучасної особи.

Усе було б занадто просто, якби ми лише мали справу з виявом у нових медіа старих сюжетів на тему медіальності, насправді ж співприсутність медіа в медіарозмаїтті у світі цифрових технологій часто суперечлива, тому й неоднозначним буде її вплив на самоідентифікацію, адже, крім спільних моментів, у медіальності письма та медіальності нових медіа існують і відмінності між ними. Дослідниця пам'яті Аляйда Ассман [1, с. 189] указує, що разом із електронно-цифровим письмом ми підходимо до мінімалістичного завершення його метафорички, причому остання парадигматична зміна в нашій головній метафорі призводить до мережевої спільноти, що являє собою спустошену метафору, бо в мережах письмо редукується до маніпуляції електронними імпульсами, і може статися, що дистанціювання стане практично неможливим. Аляйда Ассман виділяє в історії розвитку медіа кілька етапів: від графічного письма здійснюється перехід до алфавітного, яке змінює аналогове, і, нарешті, відкривається шлях до появи письма цифрового, причому з кожним наступним переходом посилюється міра абстракції. Порівнюючи письмо електронне з попередніми його видами, вона зазначає: «Якщо алфавітне письмо було транслінгвістичним, то цифрове – трансмедійним, таким, що позначає за допомогою одного коду зображення, звуки, мову й письмо» [1, с. 225]. Із появою електронного письма відбувається й розпад альянсу письма та пам'яті, знаний із ренесансних часів, коли «енергія електронного письма прямує своєю власною дорогою й більше не підпорядковується функції налагодження комунікації між людьми» [1, с. 225]. Нове цифрове письмо, позначене розривом зв'язку між письмом і людським тілом

і пам'яттю, характеризується плинністю, в ньому функції збереження і стирання максимально наближаються одна до одної, тому людина стає вторинною фігурою в записі й прочитанні, записано за допомогою електричного струму. Разом із тим цифрове письмо «більше не дає змоги провести чітке розрізнення між пригадуванням і забуттям» [1, с. 227]. Отже, специфіка медіарозмаїття сучасності пов'язана зі співіснуванням як постмодерного, так і модерного горизонтів, що відкриваються особі в медіадосвіді. Існування всесвітньої мережі медіакомунікацій та інтенсифікація її впливів породжують як нові форми взаємодії людей, так і дають змогу конструювати нові ідентичності через комунікативні практики, і саме в них відкривається унікальна можливість самопрезентації. Проте нові цифрові медіа, так само як і мас-медіа чи комунікаційна медіатехніка минулого століття, мають свої обмеження, щось завжди залишається не в їх владі. Мабуть, тому Лев Манович [5] говорить про нові медіа як про гіпермедіа та постмедіа, котрі варто розглядати в контексті не естетики модернізму, а естетики постмодернізму, і називає нові медіа новим авангардом, який більше не опікується баченням світу чи новими способами його зображення і стурбований забезпеченням доступу до накопиченої інформації. Важливою особливістю горизонту культури медіарозмаїття є те, що більші комунікаційні мережі не лише об'єднують різноманітні менші мережі, а й сполучають їх, можуть стискатися або розгортатися, поставати як єдина цілісність, а сучасна людина в медіарозмаїтті розгортає свій досвід як досвід співіснування інтерсуб'єктивності, інтертекстуальності, інтервізуальності.

Отже, розвиток культури медіарозмаїття є характерною особливістю медіакультури глобалізованого світу як мережевого суспільства, а мережева логіка пронизує його й поза межами електронних мереж. Мультимедійність медіадосвіду стає запорукою самореалізації та горизонтом розгортання процесів самоідентифікації. Характерною особливістю сучасної медіакультури є переплетіння різних поколінь медіа, що творять складні мультимедійні мережі. Нові медійні інформаційні технології інтенсифікують комунікацію і сприяють формуванню гігантських комунікаційних мереж, які в більшості випадків є медіакомунікаційними й поліфункціональними. У горизонті медіарозмаїття медіадосвід особистості не просто відіграє ключову роль у її самоідентифікації, а й передбачає співіснування в її житті кількох медіальностей, що має пізнавальне та екзистенціальне значення для її самоідентифікації й самореалізації. Зроблені висновки відкривають нам перспективи подальшого осмислення співіснування різних медіа в культурі медіарозмаїття, дають змогу в майбутніх дослідженнях проаналізувати особливості досвіду самотереження та спостереження, специфіку розмивання кордонів між приватним і публічним у просторах цифрових медіа та вийти на усвідомлення екзистенціального значення медіарозмаїття в житті людини.

Література

1. Ассман Аляйда. Простори спогаду. Форми та трансформації культурної пам'яті / Аляйда Ассман ; пер. з нім. К. Дмитренко, Л. Доронічева, О. Юдін. – К. : Ніка-Центр, 2012. – 440 с.
2. Батаева Е.В. Видимое общество. Теория и практика социальной визуалистики / Е.В. Батаева. – Х. : ФЛП Лысенко И.Б., 2013. – 349 с.
3. Больц Н. Азбука медиа / Н. Больц ; пер. с нем. Л. Ионин, А. Черных. – М. : Европа, 2011. – 136 с.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
5. Манович Л. Новые медиа от Борхеса до HTML / Л. Манович // Новые аудиовизуальные технологии : сборник статей. – СПб. : ДМИТРИЙ БУЛАНИН, 2011. – С. 106–114.
6. Наумова М.Ю. Сучасні медіа та доля тілесності / М.Ю. Наумова // Культурологічна думка : збірник наукових праць Інституту культурології НАН України. – 2012. – Вип. 5. – С. 167–175.
7. Різун В.В. Методологія виявлення і дослідження масовокомунікаційного впливу / В.В. Різун // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Журналістика». – 2013. – Випуск 20. – С. 42–57.
8. Сивков Д. Медиа и метафизика / Д. Сивков // Антология медиафилософии. – СПб. : Издательство РХГА, 2013. – С. 127–137.
9. Стародубцева Л.В. Медиум и дистанция / Л.В. Стародубцева [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.culturalresearch.ru>.
10. Степанов М.А. Машины абстракций и конец протезирования / М.А. Степанов // Медиафилософия II. Границы дисциплины. – СПб. : Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2009. – С. 123–137.
11. Хартман Ф. «10 тезисов» к дискуссии о возможностях теории медиа в эпоху информационного общества / Ф. Хартман // Антология медиафилософии. – СПб. : Издательство РХГА, 2013. – С. 289–291.

Анотація

Доброносова Ю. Д. Культура медіарозмаїття як горизонт самоідентифікації. – Стаття.

У статті визначено медіарозмаїття як характерну особливість сучасної медіакультури, виявлено перспективи розуміння медіарозмаїття як важливого чинника самоідентифікації та її смислового горизонту. На основі аналізу характерних тенденцій у медіакulturі автор звертає увагу на те, що розвиток медіакulturі сучасності пов'язаний із поступом нових медіа й цифрової техніки та нових повсякденних комунікативних практик. Нові медіа є новим етапом у розвитку масової комунікації, співіснують із медіа попередніх століть, і різні покоління медіа творять складні мультимедійні мережі. Пропонуються дві головні тези: по-перше, нині медіадосвід стає рушійною силою самоідентифікації й суб'єкт є частиною медіасередовища; по-друге, сучасний медіадосвід є мультимедійним і поліфункціональним.

Ключові слова: медіакulturа, медіарозмаїття, мережеве суспільство, нові медіа, медіа комунікація.

Аннотация

Доброносова Ю. Д. Культура медиаразнообразия как горизонт самоидентификации. – Статья.

В статье медиаразнообразие определяется как характерная особенность современной медиакультуры, выявлены перспективы понимания медиаразнообразия как важного фактора самоидентификации и её смыслового горизонта. На основе анализа характерных тенденций в медиакulturе автор обращает внимание на то, что развитие медиакulturі сучасності связано с прогрессом новых медиа и цифровой техники и новых повседневных коммуникативных практик. Новые медиа являются новым этапом в развитии массовой коммуникации, сосуществуют с медиа предыдущих веков, и разные поколения создают сложные мультимедийные сети. Предлагаются два главных тезиса: во-первых, сегодня медиадосвід становиться движущей силой самоидентификации и субъект является частью медиасреды; во-вторых, современный медиадосвід мультимедійний і поліфункціональний.

Ключевые слова: медиакulturа, медиаразнообразие, сетевое общество, новые медиа, медиакommunikация.

Summary

Dobronosova Yu. D. The culture of media variety as a horizon of self-identification. – Article.

The paper defines media variety as a characteristic feature of modern media culture and discovers the prospects of understanding media variety as an important factor of self-identification and its semantic horizon. On the basis of analyzing the characteristic trends of the media culture, author highlights that the development of modern mediaculture is associated with the progress of new media and digital technology and new everyday communication practices. New media is a new stage in the development of mass communication, its co-exist with media of previous centuries and different generations of media create complex multimedia networks. The article brings forth two main theses: firstly, now media experience becomes the driving force of self-identification and the subject is part of the media sphere; secondly, the modern mediaexperience is multimedial and multifunctional.

Key words: media culture, media variety, network society, new media, media communication.