

УДК 130.2:316.77:165

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v048.2024.8>**Т. О. Крижановська**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6391-6871>кандидат філософських наук,  
доцент кафедри філософії

Національного університету «Одеська юридична академія»

## ФІЛОСОФСЬКІ СМИСЛИ МЕДІАЛЬНОСТІ

Сучасний світ швидко змінюється під впливом новітніх технологій та медіа, що вимагає від філософії осмислення нових і вельми динамічних комунікаційних процесів, їх впливу на людське буття. Теоретична нагальність дослідження медіальності полягає в необхідності осмислення того як медіа формують і змінюють сприйняття реальності людиною, створюють нові форми досвіду та ідентичності. Медіа не лише виступають посередниками у передачі інформації, а й формують світогляд. «Сьогодні, з погляду філософського аналізу, у центрі уваги – соціальні зміни, які спонукають особистість до самостійної практичної діяльності, поєднаної з креативністю, швидкістю прийняття рішень, вибором поведінки в нестандартних ситуаціях, здатністю передбачати соціальні процеси та особисте майбутнє» [5, с. 38]. Філософські рефлексії на тему медіальності дозволяють глибше зрозуміти характер сучасних медіа і, їх вплив на соціальну та культурну діяльність і, в той же час, прослідкувати їх становлення та побачити перспективи.

Окрім того, розвиток цифрових технологій та соціальних мереж радикально змінює традиційні форми комунікації, створюючи нові виклики та можливості для людського спілкування. Поняття медіальності виходить за межі звичайного медіа-дискурсу і охоплює широке коло питань, пов'язаних з приватністю, етикою та культурною пам'яттю. Філософське дослідження цих аспектів дозволить глибше зрозуміти природу сучасних комунікаційних процесів та їхній вплив на індивідуальне та колективне життя.

Окремо слід сказати про важливість дослідження медіальності для українського теоретико-наукового простору та для осмислення тих інформаційних та комунікаційних процесів, що відбуваються на сьогоднішній день в Україні і в світі у зв'язку з російською агресією проти нашої держави. Медіапростір постає важливою складовою боротьби інтересів різноманітних світових політичних сил. У контексті гібридної війни, де інформаційні атаки та пропаганда стають ключовими інструментами агресора, українська наукова спільнота має невідкладну потребу в аналізі медіальних стратегій та їх впливу на свідомість громадян. Для української філософської думки

вивчення медіальності відкриває нові горизонти для критичного аналізу та інтерпретації сучасних подій, зокрема в контексті інформаційної війни та глобалізаційних процесів. Філософський аналіз медіальності дозволяє виявити механізми маніпуляції інформацією, розробити ефективні засоби протидії дезінформації та сприяти формуванню стійкої національної ідентичності в умовах інформаційного тиску.

Крім того, дослідження медіальності в українському контексті сприяє глибшому розумінню ролі медіа у формуванні громадянського суспільства та демократичних інститутів. У період глобалізації та інтенсивного обміну інформацією важливо усвідомлювати, як медіа можуть як сприяти, так і заважати процесам демократизації. Тож, філософське осмислення медіальності стає не лише академічним завданням, але й практичним інструментом у становленні оновленого українського суспільства.

**Останні публікації за темою дослідження.** Тема медіальності в сучасному філософському дискурсі розглядається здебільшого зарубіжними дослідниками, які вкладають чимало зусиль в розробку проблематики медіа та медіальності. Серед них Томас Бауер (Thomas Bauer), Іржі Бистрицький (Jiří Bystřický), Жан Бодріяр (Jean Baudrillard), Ламберт Візінг (Lambert Wiesing), Фрідріх Кіттлер (Friedrich Kittler), Сібіл Кремер (Sybille Krämer), Ніклас Луман (Niklas Luhmann), Райнхард Марграйтер (Margreiter R.), Річард Мюллер (Müller, Richard), Штефан Мюнкер (Stefan Münker), Бланко Ріверо (Blanco Rivero), Томас Сюзерленд (Thomas Sutherland), Еріка Фам (Erika Fam), Хосе Хав'єр (José Javier), Роберт Хассан (Robert Hassan) та багато інших.

В українській філософській думці здебільшого розробляється тема медіа, що віддзеркалюється в працях таких філософів як А. П. Алексеєнко, М. В. Бейлін, Л. М. Газнюк, О. Г. Данильян, М. Й. Дмитренко, Л. М. Деніско, О. П. Дзьобань, С. О. Заветний, Л. А. Карпець, І. І. Куликова, О. О. Маляренко, Н. І. Моїсєєва, О. Ю. Мошинська, Д. В. Петренко, С. Г. Пилипенко, О. В. Прудникова, М. Г. Санкуєв, К. П. Семенова, О. В. Скалацька, Т. Д. Чубіна, І. Л. Шпачинський, Ю. А. Яковенко та інші. Необхідно зазначити, що тема медіаль-

ності в українській філософії майже не розвинута, хоча нагальність цієї теми з огляду на культурні, соціальні, політичні, економічні та інші процеси, що відбуваються в сучасному світі не викликає сумнівів.

**Метою статті** є виокремлення та аналіз основних філософських смислів медіальності.

**Об'єктом** дослідження постають праці зарубіжних та вітчизняних філософів щодо проблематики медіа та медіальності.

**Предметом** дослідження виступає медіальність в різноманітності її філософських смислів.

**Методи дослідження**, які використовуються в даній роботі – це, перш за все, філософський аналіз текстів зарубіжних і українських сучасних авторів та інтерпретація їх смислів у зв'язку з проблематикою медіальності. Структурний метод дозволяє виявити ключові елементи та структури, що формують поняття медіальності і дослідити їх взаємозв'язки та взаємовпливи. Крім того, використовуються порівняльний метод, який дає змогу зіставити підходи різних філософів до поняття медіальності та герменевтичний метод, що допомагає розкрити смисли текстів. Також застосовується метод контекстуального аналізу, який дозволяє розглядати медіальність у широкому соціальному та культурному контексті, що є важливим для розуміння її філософських аспектів.

**Основний текст.** Для початку дамо розрізнення поняттям «медіа», «медіум», «медіальність». «Медіа (від лат. *medium* – засіб, спосіб) – засоби та інструменти зберігання і передачі інформації та даних для індивідуальної чи/та масової аудиторії. Часто як синоніми вживають ЗМІ, мас-медіа, хоча зарубіжна наука розглядає медіа у більш широкому значенні, зокрема тлумачить їх з погляду комунікації – поширення інформації, ідей та думок, що є частиною людського життя, а методи та способи донесення цих даних до нас і є медіа (листівки друзів, телефонні розмови, комп'ютерні диски тощо). До медіа зараховують засоби зв'язку і передачі інформації різних типів – від найдавніших (мова жестів, наскельні малюнки та ін.) до найсучасніших, що утворюють глобальні інформативні супермагістралі» [1]. Тобто, медіа розуміються як комунікативні інструменти широкого значення, що включають як масові, так і міжгрупові, і міжособистісні засоби поширення та обміну інформацією. Поряд з тим «Фактичний пристрій, будь то кодекс, друкарська машина, телеграф, комп'ютер, незабаром стає майже частиною природи» [8, р. 2], утворює шар життєвого середовища для особистості.

Поняття «медіум» також має значення «посередник, середина». «Слово “медіум” є і в українській мові – це буквально посередник між двома світами» [2]. В філософії «ми пов'язуємо термін

“медіа” з суб'єктом-посередником» [6, р. 280]. В англійській мові “*medium*” може означати фізичний носій інформації (наприклад, папір або цифровий формат), середовище, через яке передається щось, або особу, яка передає повідомлення (наприклад, медіум в окультних практиках).

Слово «медіальність» (англ. “*mediality*”) походить від латинського “*medialis*”, що означає «посередницький» або «серединний» і можна розуміти, по-перше, як властивість, що відноситься до медіа і, по-друге, як щось проміжне, перехідне, те, що поєднує. Але на сьогодні поняття «медіальність» наповнюється багатьма смислами, становить окрему сферу досліджень, набуває глибоких філософських сенсів. В сучасних філософських дослідженнях розкривається кілька смислів медіальності, які ми і проаналізуємо. При цьому беремо до уваги, що «медіальність – це ще не аналітична концепція, а дослідницька програма» [8], яка потребує структурованого і систематичного підходу до вивчення такого складного явища.

*Медіальність як властивість медіа.* Філософія медіа останнім часом ставить медіальність у центр уваги, щоб підкреслити, що властивості медіа мають бути найважливішими для подальших досліджень самого широкого кола процесів і феноменів соціального і культурного життя. Вивчення властивостей медіальності дозволяє розкрити глибинні механізми комунікації, зрозуміти як медіа конструюють реальність, як вони взаємодіють із соціальними структурами, технологіями та індивідуальною свідомістю.

Коли ми говоримо про медіальність як властивість медіа, то маємо відходити від моделі, в якій передавач, приймач і повідомлення є наріжними каменями посередництва. «... носій відноситься до будь-яких засобів або інструментів, що використовуються для передачі повідомлення, або іншої форми комунікації» [12, р. 461]. Якщо ми беремо до уваги медіа в усій їх різноманітності, то бачимо, що одержувач завжди сприймає або не сприймає повідомлення у «гіпотетичний, випадковий і дуже невизначений спосіб» [6, р. 280]. М. Маклуен розглядав медіа як продовження людського тіла і духу [10], але ми бачимо, що медіа – це скоріше доповнення або, навіть, заміна; це – підпірки, які використовуються для досягнення особливої мети, що може приводити аж до катарсису, але також до маніпуляцій та вразливості. Властивість медіа не стосується ідентичності передавача та приймача, оскільки ніколи не можна говорити про ідеальний приймач, ідеальний передавач або ідеально доставлене повідомлення. Кожний етап комунікаційного процесу обтяжений власними обмеженнями та інтерпретаційними зсувами, які впливають на зміст та форму повідомлення. Властивістю медіа є не тільки передача інформації, але й її трансформація, додавання нових значень та

контекстів. Це означає, що комунікація завжди включає в себе певний рівень невизначеності та багатозначності, де медіа є не просто нейтральними провідниками, але активними учасниками у створенні та переосмисленні змісту.

Медіальність стосується не тільки і не стільки передачі. Медіальність можна розуміти як «загальний атрибут процесів посередництва – інформації, смислів, даних, їх сприйняття тощо, які виявляються на основі загальних характеристик медіа» [11, р. 49]. Інформація прив'язана до самого середовища зв'язку, де вона генерується. Це означає, що спосіб, у який інформація передається та формується, тісно пов'язаний з характеристиками та властивостями медіа, що здійснюють цю передачу. Медіа не просто передають зміст, але й активно його структурують і модифікують, впливаючи на спосіб його сприйняття та інтерпретації. Тож, медіальність охоплює весь процес створення, передачі, сприйняття та інтерпретації інформації, вказує на інтерактивний характер цього процесу та на важливість розуміння медіа як активного учасника комунікації.

Медіальність як властивість створює та поширює структурні модифікації медіа, демонструючи свою рухливість і плинність у процесі постійного оновлення нових технологій, соціальних та культурних контекстів. «Комунікаційні технології постійно розвиваються, старі функції відкидаються або змінюються, а нові функції постійно додаються» [13, р. 460]. У цьому безперервному русі медіальність проявляє свою владність у вигляді м'якої, але невідворотної сили. Владність медіа стає силою медіа. Ця владність медіальності проявляється у здатності медіа не лише передавати зміст, але й визначати, які змісти стають доступними, як вони інтерпретуються. Медіальність поєднує в собі властивість адаптивності та здатність здійснювати владу, що робить її центральним елементом у розумінні сучасних комунікаційних процесів та їхнього впливу на особистостей та суспільство в цілому.

*Медіальність як культурно-символічна сфера соціальної практики.* Культурний аспект медіальності розкриває глибокий взаємозв'язок між медіа та формуванням культурних значень та ідентичностей. Такий погляд демонструє як медіа не лише відображають, але й активно конструюють культурні наративи, створюють і поширюють символи, міфи, розповсюджують ідеологічні впливи. Медіальність з такої точки зору формує нові простори для комунікації та творчості, де традиційні культурні форми трансформуються і народжуються нові. Коли ми говоримо про медіа як культурний феномен, то маємо аналізувати культурні контексти. Тобто, дослідження медіальності в цьому ракурсі слід розуміти як «широку структуру наукового дослідження контексту-

ального спостереження суспільства, культури та медіалізованих соціальних відносин (практики)» [4]. При цьому, «Кожен формат культури має на увазі свій формат медіа, і в цьому сенсі розуміння медіа означає також і перемикання формату, вміння бачити, як інший, розуміти мову іншого, його коріння та підстави» [3, с. 253]. Медіальність наповнюється контекстами, ціннісними значеннями, вибудовує пріоритети і м'яко й невпинно формує наші уявлення про реальність. Контексти спрямовують інтерес на теми та питання, що стають центральними, і визначають, які залишаються на периферії уваги. Структурно задані факти отримують значення радше в контекстах, ніж в аналізах. Медіа стають такими, якими вони є, і тим, як ми їх розуміємо, через те, як ми їх використовуємо, або думаємо, що повинні використовувати їх як орієнтир для соціальної взаємодії та спілкування, а також для суспільного обміну. Культура вживання медіа переважно визначається конкретними та особистісно значущими контекстами життя людей.

Сучасний дослідник медіальності Томас Бауер розкриває культурну інтерпретацію медіальності як символічного середовища, в якому значення та цінності визначають стилі, мету і результат комунікації. По-перше, медіальність надає постійну умову контакту з узагальненим іншим. По-друге, такий контакт неможливий без технічного, організаційного, економічного та структурно стандартизованих кодів. По-третє, відбувається інвестування довіри або недовіри через використання системи символів, упорядкованих не прямим способом побудови, а шляхом повторного використання архіву символічних структур. По-четверте, відбувається спостереження один за одним не за прямою та внутрішньою мотивацією інтересів, але виходячи з важливості та неминучості того, що будь-який інший (узагальнений інший) знає та використовує ту саму систему медіальності, щоб отримати інформацію про те, що відбувається, і що з цього може бути цінністю. По-п'яте, існує код можливостей, який характеризує організовану медіа комунікацію та зв'язує людей один з одним у більш-менш стандартизований (якщо говорити про ЗМІ) і більш-менш задалегідь розроблений (якщо говорити про мережі та соціальні медіа) спосіб взаємозв'язку, взаємоспостереження та взаємодії [4]. Тож, медіальність впливає з контекстів соціального, культурного та символічного середовища і може допомогти зберегти баланс між кодом медіа і кодом культури, що є шляхом до подолання людиною та, навіть, суспільства в цілому узагальнених стандартів, поверхневого дизайну, розсіювання в новинах, відчуження від власного інтересу.

*Медіальність як генератор інформації в соціально складній системі.* Погляд на медіальність

як соціально значущу категорію представлений у роботах Нікласа Лумана. Медіальність, згідно з думками Нікласа Лумана та його послідовників, відіграє ключову роль у підтриманні і трансформації соціальних структур. «... дія конститується в соціальних системах засобами комунікації» [9, р. 138]. Луман розглядав суспільство як складну систему, що постійно самоорганізується через комунікацію, де медіальність виступає головним механізмом генерації і циркуляції інформації. У такій системі медіа не лише передають інформацію, але й активно впливають на процеси селекції, інтерпретації та фільтрації інформаційних потоків, визначаючи, які події і теми отримують суспільне значення. Медіальність забезпечує інтеграцію різних соціальних підсистем, сприяє їх взаємодії та підтримує стабільність. Вона генерує інформацію, яка підтримує когнітивні та нормативні рамки суспільства. Тим самим допомагає індивідам і соціальним групам орієнтуватися в складній соціальній реальності. З іншого боку, медіальність виступає каталізатором змін, адже через неї нові ідеї та інновації можуть швидко поширюватися і впливати на соціальні норми та поведінкові моделі. Тож, медіальність у соціально складній системі не тільки підтримує існуючий порядок, але й стимулює соціальну динаміку, постійно оновлює і адаптує інформаційний контекст до нових викликів та умов.

Комунікація, вважає Н. Луман, не стосується передачі, інформація не може бути передана, але вона прив'язана до самого середовища зв'язку, де вона замість цього генерується. «Концепція соціального пізнання розвиває тезу про те, що здатність комунікаційних засобів генерувати й обробляти інформацію рівнозначна когнітивним можливостям соціальної системи» [8]. Тобто, інформація не існує незалежно від середовища комунікації. Вона формується в процесі взаємодії між повідомленням і його сприйняттям. Це означає, що зміст повідомлення залежить від контексту, у якому воно генерується та від інтерпретацій, які надають йому учасники комунікації. Медіа при цьому виступають як когнітивні інструменти, що дозволяють соціальним системам функціонувати і розвиватися.

Середовище зв'язку не є пасивним каналом для передачі інформації, натомість воно активно впливає на те, як інформація генерується, обробляється і сприймається. Розуміння комунікації вимагає аналізу цих медіальних факторів та їхнього впливу на процес генерування інформації.

**Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку.** Дослідження медіальності відкриває нові шляхи до розуміння ролі, значення та впливу медіа в сучасному світі. Здобутки теорії медіальності

дозволяють глибше зрозуміти взаємодію між медіа та суспільством, розкриваючи механізми впливу медіа на формування культурних норм та соціальних відносин, а також підкреслюють важливість науково-теоретичного підходу до вивчення медіа як активних учасників створення та трансформації соціальної реальності.

На підставі проведеного аналізу можна сказати, що філософські смисли медіальності розкриваються у кількох ключових аспектах. Медіальність як властивість медіа виявляється ключовою в осмисленні головних ознак та характеристик, які проявляє медіа. Саме медіальність у цьому смислі визначає якими будуть медіа, які значення вони будуть нести, якими будуть пріоритети відбору інформації. Медіальність як властивість медіа є силою, яка їх спрямовує, трансформує, впливає на спосіб комунікації та інтерпретацію значень.

Не менш важливим, на наш погляд, є культурний контекст медіальності. Культура медіа, особливо в добу майже тотальної цифровізації, визначає спосіб взаємодії з інформацією, комунікаційні моделі та патерни, що віддзеркалюють контекстну значущість медіальності. Культурно-символічні контексти медіальності створюють підґрунтя для середовища, в якому взаємодіють коди медіа і коди культури, що формує складну мережу смислів та значень, що впливають на сприйняття реальності.

Медіальність постає основним засобом генерації і циркуляції інформації в сучасному суспільстві, яке характеризується складністю та високою динамічністю.

Перспективи подальших досліджень у цьому науковому напрямку полягають у глибшому аналізі взаємодії медіа з культурними та соціальними контекстами. Особливої уваги потребує український контекст медіальності, вивчення впливу медіальності на формування суспільної думки і поведінки. Важливо також досліджувати, як медіа можуть сприяти соціальним змінам і адаптації суспільства до нових викликів.

### *Література*

1. Городенко Л. М. Медіа / Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол. : І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-66085>
2. Малиш П. Що таке медіа? Яка різниця між ЗМІ та медіа? *Bazilik.media* : інтернет-видання. 21.11.2019. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-media/>
3. Шпачинський І.Л., Воронюк К.П. Медіафілософія: деякі аспекти філософського осмислення поняття «медіа». *Молодий вчений*. 2020. № 12 (88). С. 251–254.
4. Bauer, Thomas A. Mediality: the cultural-symbolic sphere of social practice. *Galáxia* (São Paulo). 2021. №. 46. DOI: 10.1590/1982-2553202151775

5. Dmytrenko M, Chubina T. Digital ethics in philosophical dimension. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2024. № 46. С. 38–42. DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v046.2024.8>

6. Fám, Erika. Post-mediality versus Global-mediality. About Media and Community Media. *Acta Universitatis Sapientiae. Social Analysis*. Cluj-Napoca. 2011. Vol. 1, Iss. 2. Pp. 279–299. URL: <https://www.proquest.com/docview/1418299635?sourcetype=Scholarly%20Journals>

7. Hassan, Robert & Sutherland, Thomas. *Philosophy of Media. A Short History of Ideas and Innovations from Socrates to Social Media*. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group. 2017. 263 p.

8. Javier, José & Rivero, Blanco. Mediality, Temporality, Social Cognition, and Evolution. *Philosophies*. 2019. 4. 44. doi:10.3390/philosophies4030044

9. Luhmann, Niklas. *Social Systems* / Translated by John Bednarz. Stanford University Press. Stanford, California. 1995. 635 p.

10. McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The extensions of man*. New York. MIT Press Ltd. 1994. 392 p.

11. Müller, Richard. "Mediality". *Some Fundamental Questions on the Theory and History of Media* / translated by James Partridge. *History – Theory – Criticism*. 2018. № 1. Pp. 49–67. URL: [https://www.academia.edu/44543304/\\_Mediality\\_On\\_Some\\_Fundamental\\_Questions\\_of\\_the\\_Theory\\_and\\_History\\_of\\_Media](https://www.academia.edu/44543304/_Mediality_On_Some_Fundamental_Questions_of_the_Theory_and_History_of_Media)

12. Nuessel, Frank. *Medium*. *Encyclopedia of Media and Communication* / Edited by Marcel Danesi. University of Toronto Press. Toronto – Buffalo – London. 2012. Pp. 461–463. URL: <https://dokumen.pub/encyclopedia-of-media-and-communication-9781442695528.html>

13. Quan-Haase, Anabel. *Mediated Communication* / *Encyclopedia of Media and Communication* / Edited by Marcel Danesi. University of Toronto Press. Toronto – Buffalo – London. 2012. Pp. 456–461. URL: <https://dokumen.pub/encyclopedia-of-media-and-communication-9781442695528.html>

#### Анотація

**Крижановська Т. О.** Філософські смисли медіальності. – Стаття.

У статті зроблено філософську рефлексію на тему медіальності. Підкреслено, що поняття медіальності виходить за межі звичайного медіа-дискурсу і охоплює широке коло питань, пов'язаних з приватністю, етикою та культурою. Філософське дослідження цих аспектів дозволить глибше зрозуміти природу сучасних комунікаційних процесів та їхній вплив на індивідуальне та колективне життя. Акцентовано увагу на важливості дослідження медіальності для українського теоретико-наукового простору та для осмислення тих інформаційних та комунікаційних процесів, що відбуваються на сьогоднішній день в Україні і в світі.

Зроблено розрізнення між поняттями «медіа», «медіум», «медіальність». В сучасних філософських дослідженнях розкривається кілька смислів медіальності, які і проаналізовані в даній статті. На підставі проведеного аналізу можна сказати, що філософські смисли медіальності розкриваються у кількох ключових аспектах. Медіальність як властивість медіа виявляється визначальною в осмисленні головних ознак та

характеристик, які проявляє медіа. Саме медіальність у цьому смислі визначає якими будуть медіа, які значення вони будуть нести, якими будуть пріоритети відбору інформації. Медіальність як властивість медіа є силою, яка їх спрямовує, трансформує, впливає на спосіб комунікації та інтерпретацію значень.

Не менш важливим, на наш погляд, є культурний контекст медіальності. Культура медіа, особливо в добу майже тотальної цифровізації, визначає спосіб взаємодії з інформацією, комунікаційні моделі та патерни, що віддзеркалюють контекстну значущість медіальності. Культурно-символічні контексти медіальності створюють підґрунтя для середовища, в якому взаємодіють коди медіа і коди культури, що формує складну мережу смислів та значень, що впливають на сприйняття реальності. Медіальність постає основним засобом генерації і циркуляції інформації в сучасному суспільстві, яке характеризується складністю та високою динамічністю. Перспективи подальших досліджень проблематики медіальності полягають у глибшому аналізі взаємодії медіа з культурними та соціальними контекстами. Особливої уваги потребує український контекст медіальності, вивчення впливу медіальності на формування суспільної думки і поведінки. Важливо також досліджувати, як медіа можуть сприяти соціальним змінам і адаптації суспільства до нових викликів.

*Ключові слова:* медіа, медіальність, комунікація, інформація, культурний контекст, соціальна складність, філософія медіа.

#### Summary

**Kryzhanovska T. O.** *Philosophical meanings of mediality.* – Article.

The article contains a philosophical reflection on the topic of mediality. It is emphasized that the concept of mediality goes beyond the usual media discourse and covers a wide range of issues related to privacy, ethics and culture. A philosophical study of these aspects will allow a deeper understanding of the nature of modern communication processes and their impact on individual and collective life. Attention is focused on the importance of the study of mediality for the Ukrainian theoretical-scientific space and for understanding those information and communication processes that are taking place today in Ukraine and in the world. A distinction is made between the concepts of "media", "medium", "mediality". In modern philosophical studies, several meanings of mediality are revealed, which are analyzed in this article. On the basis of the conducted analysis, it can be said that the philosophical meanings of mediality are revealed in several key aspects. Mediality as a property of the media is decisive in understanding the main features and characteristics that the media exhibits. It is mediality in this sense that determines what kind of media will be, what meanings they will carry, what will be the priorities of information selection. Mediality as a property of media is a force that directs, transforms, influences the way of communication and interpretation of meanings. Equally important, in our opinion, is the cultural context of mediality. Media culture, especially in the age of almost total digitalization, determines the way of interaction

with information, communication models and patterns that reflect the contextual significance of mediality. Cultural-symbolic contexts of mediality create the basis for an environment in which media codes and culture codes interact, forming a complex network of meanings and meanings that influence the perception of reality. Mediality appears as the main means of generation and circulation of information in modern society, which is characterized by complexity and high dynamics. Prospects for further research into the issue of mediality

lie in a deeper analysis of media interaction with cultural and social contexts. The Ukrainian context of mediality, studying the impact of mediality on the formation of public opinion and behavior requires special attention. It is also important to investigate how the media can contribute to social change and society's adaptation to new challenges.

*Key words:* media, mediality, communication, information, cultural context, social complexity, media philosophy.