

## МЕДІЙНИЙ ПРОСТІР ВИМІРУ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ

*У статті аналізується проблема культури в умовах інформаційного суспільства. Означено виникнення медійного простору виміру сучасної культури.*

**Ключові слова:** культура, інформаційне суспільство, медіа, медіальний поворот.

*The article analyzes the problem of culture in the information society. Author determined the emergence of media space dimension of contemporary culture.*

**Key words:** culture, information society, media, medialturn.

В умовах глобалізації та інформатизації сучасності проблема «світ – людина – культура», де кожний із названих компонентів взаємодіє один з одним, обумовлюючи розвиток та трансформацію світу, суспільства і людини як єдиного процесу, доповнюється новим співвідношенням «людина – медіа» і «медіа – світ». Суспільство змінюється разом із розвитком нових технологій, отже, змінюються і стосунки між людьми, змінюється комунікація, змінюються основні детермінанти розвитку, а також мистецтво як форма культури. Аналізуючи ці процеси, дослідники визначають, що таким фактором змін є медіа, адже з другої половини ХХ століття розпочинається інноваційний і бурхливий розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій (електронні медіа, комп'ютерні технології тощо).

Уже в 60-ті роки ХХ століття канадський учений М. Маклюен проголосив епоху електронних медіа, вказавши на те, що кожне відкриття у цій сфері створює нову картину світу, по-новому структуруючи простір і час, суспільство і людину [1]. Історія людства перетворюється на історію вдосконалення способів комунікації: від сигналу до письмового знаку і друкарського станку Гуттенберга, означаючи зміну способів передачі інформації. Дослідник наголошував на тому, що тип людської особистості, ментальність, рівень розвитку мистецтва і науки, економічний і політичний устрій – усі ці елементи детермінуються відповідними типами медіа. Теоретичні положення М. Маклюена надалі розвинуті в працях Ж. Бодрійяра, М. Кастельса, С. Леша, Н. Лумана, Е. Тоффлера, Ф. Фукуями, Д. Рашкоффа та інших дослідників, які означили сучасні тенденції розвитку медіа і людини в умовах нової реальності – інформаційної/медійної.

Визначаючи роль інформаційного/простору простору в сучасному суспільстві, дослідники вказують на формування абсолютно інших механізмів функціонування суспільства, які змінюють соціальні

інституції, ритм життя, форми життя, системи цінностей. Усі ці зміни, в свою чергу, впливають як на механізми особистісного самовизначення, так і на мистецтво, що є самосвідомістю культури. Так, відомий дослідник інформаційного суспільства С. Московичі стверджує, що зазначена ситуація стала можливою тому, що протягом усього декількох поколінь відбувся перехід від культури слова до культури візуальних образів [2]. Мова йде про активний вплив на внутрішній світ особистості, на зміну культурного образу людини.

Таким чином, у житті суспільства відбувається новий іконічний/медіальний поворот «iconic turn»/«medial turn» на межі XX і XXI століть, що настає слідом за «лінгвістичним» («linguistic turn»), на який указував Р. Рорті. Цей поворот знаменує перехід від вербального способу комунікації до візуального. Максимою сучасної епохи є метафора: «Дайте мені образ, і я переверну світ». Основною тенденцією сучасного соціального простору стає візуалізація. Відбувається зміна критеріїв оцінки: людина більше довіряє саме тому, що вона безпосередньо бачить, візуальному образу, що призводить до зміни поняття реальності. Остання стає об'єктом вільної інтерпретації.

Народжується мистецтво, засноване за допомогою високих технологій – медіа-арт, а твори цього мистецтва – медіа-об'єкти виступають новою категорією, адже є медійно-відтворюваними. О.В. Ніколаєва наводить приклад дистанційного концерту, що відбувся в березні 2009 року в м. Гамбурзі, в якому фрагменти симфонії Брамса, що виконувалися в різних фізичних просторах, поєднувалися в єдине ціле тільки в Інтернеті. [3, с. 206] Водночас, твори мистецтва, які медійно не відтворюються, випадають із колективної культурної картини світу.

Водночас змінилися репрезентативні форми об'єктів як медійної, так і немедійної природи. Виникає ситуація, коли копія зрівнялася за символічною цінністю з оригіналом і де оригінал не може існувати без копій. Мова йде про те, що копії постають мультимедійними і не копіюють, а трансформують оригінал, стають самостійними арт-об'єктами. Тому «класичні» твори мистецтва все частіше використовують медійні форми самопрезентації (фоторепортажі, ТВ/Інтернет-трансляції тощо). Твори класичних форм мистецтва, опиняючись в медіапросторі, пропонуються і сприймаються як елементи медійного інтерфейсу повсякденної культури. Навколо них утворюються цифрові оболонки: паралельні неофіційні репрезентації на спеціальних Інтернет-сайтах, чисельні медійні рефлексії в блогах, на

персональних сторінках соціальних мереж в Інтернет-ресурсах, рейтингові голосування за допомогою SMS («Видатні українці») чи в Інтернеті. Відбувається руйнування соціокультурних практик публічного і неопосередкованого споживання арт-об'єктів (Інтернет-версії нових популярних романів, CD з записами концертів/генеральних репетицій концертів поп-зірок, DVD з копіями нових фільмів тощо).

Дедалі менше людина належить до виконавця і більше – до споживача готових, штампованих образів, які вже не вимагають сили уяви. Людина намагається бути «видимою», не перетворитися на «невидиму людину». Так фіксація/«схоплення» артефакту чи арт-події тим чи іншим медіаносієм (цифровом фотоапаратом, відеокамерою, камерою мобільного телефону) постає знаковим культурним жестом у просторі сучасної культури. Відбувається практично миттєве розповсюдження «медіа-злепки» усіма можливими засобами масової комунікації, MMS, соціальними мережами. Виникає наркотичний ефект медійного простору.

Отже, цифровий формат культури нового тисячоліття визначив особливі можливості мистецтва і зробив можливим специфічні способи фіксації, сприйняття і переживання культурних феноменів за допомогою медіатехнологій. Тому, розглядаючи стан класичних видів мистецтва в сучасних умовах інформаційного простору/медійного простору, слід зазначити, що перед сучасною філософією культури постала задача категоріального визначення й опису тих змін, які відбуваються з «класичними» практиками мистецтва і культурою у цілому. Йдеться про своєрідне втілення полістилізму, що підкреслює не стільки свободу самовияву суб'єктів творчості і технологічні досягнення, а те, наскільки можливі інтерпретаційні зв'язки.

## Література

1. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего = The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man / Маршалл Маклюэн. – М. : Акад. проект, 2005. – 496 с.
2. Московичи С. Век толп : истор. трактат по психологии масс / Серж Московичи; [пер. с фр. Т. П. Емельяновой]. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. – 475, [2] с.
3. Николаева Е. В. «Трансфигурации» классического искусства в пространстве медиареальности / Е. В. Николаева // Медиафилософия V. Способы анализа медиареальности. – СПб., 2010. – С. 195–208.