

МАЗОРЕНКО М. (завідувач кафедри культури ХНТУСГ ім. П. Василенка),
СОКОЛОВА О. (пошукач кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського спілкування» ХНТУСГ ім. П. Василенка)

МЕДІА ЯК ЧИННИК ТРАНСФОРМАЦІЇ КУЛЬТУРИ

В статті розглядається проблема медіа як трансформатора культури. Підкреслюється, що медіа являються домінантою появи медіаповороту, медіареальності, медіакультури, медіафілософії, медіасуб'єкта. Зазначається, що медіа-соціокультурний феномен. Медіаповорот в культурі виступає як різновидність її трансформації. Медіа кардинально змінюють соціальну, політичну, професійну, освітню сфери життя суспільства і людини.

Ключевые слова: медіа, трансформація, культура, медіаповорот, медіавіруси, медіаінформація.

У статті розглядається проблема медіа як трансформатора культури. Підкреслюється, що медіа є домінантою появи медіаповороту, медіареальності, медіакультури, медіафлософії, медіасуб'єкту. Зазначається, що медіа – соціокультурний феномен, медіаповорот в культурі є різновидом трансформації. Медіа кардинально змінюють соціальну, політичну, професійну, освітню сфери життя суспільства і людини.

Ключові слова: медіа, трансформація, культура, медіаповорот, медіавіруси, медіаінформація.

The article deals with the issue of media as a culture transformer. Media are understood as the dominant force for the emergence of the media-turn, media-reality, media-culture, media-philosophy, and media-subject. It is noted that the mediasociocultural phenomenon, media-turn in culture is regarded as a variety of its transformation. Media reshape dramatically social, political, professional and educational spheres of life of both society and an individual.

Key words: *media, transformation, culture, media-turn, media-viruses, mediainformation.*

© Мазоренко М., Соколова О.

У філософській літературі як зарубіжній, так і вітчизняній, досить повно надано аналіз сучасної культури, що ґрунтується переважно на визначенні її стану як «кризового», «критичного», «рубіжного» чи «міжєпохального». Така кількість синонімів свідчить про потужну спробу осмислення сучасного соціокультурного процесу. Висновки дослідників поєднуються такою думкою: ця ситуація пов'язана з трансформаційними процесами сучасності, які завдяки своєму різновекторному характеру активно впливають на життєдіяльність як соціуму, так і окремої людини. В.Г. Федотова в своїх працях зазначає, що «Узагальнюючи підходи різних дисциплін стосовно розвитку, можна констатувати загальне незадоволення існуючими можливостями і глибоке відчуття зрушень, сутність яких ще неповністю осмислена, проте усвідомлюється велика варіативність, посилення ризиків і загибелі, втрата стійкості і стабільності. Водночас, виразним є збільшення значимості культури...» [8]. Постає питання осмислення соціальних перетворень, які набувають інтенсивного характеру в контексті трансформації

культури, її чинників, серед яких в сучасних умовах чільне місце займають медіа. З приводу ролі медіа в культурі лише в останні роки ХХ ст. та на початку ХХІ ст. стали з'являтися в філософсько-культурологічній літературі окремі статті. Питання ж аналізу медіа як чинника трансформації культури ще не знайшло свого втілення, не з'ясована багатовекторність впливу медіа на культуру і поява такого феномену як медійна культура. Саме цими обставинами обумовлена актуальність поставленої в статті мети - з'ясувати, в чому виявляється прояв медіа як чинника трансформації культури.

Теоретико-методологічною базою дослідництва є праці як закордонних, так і вітчизняних дослідників: М. Маклюєна, Н. Лумана, Ж. Бодрійєра, Д. Рашкова, В. Федотової, В. Миронова, А. Карміна, В. Подороги, В. Савчука, О. Соболя, Л. Стародубцевої, О. Мошинської, Л. Деніско та інших. В цих працях обґрунтована думка, що медіа стали однією з вагомих, констант сучасного інформаційного суспільства, які призводять до зміни конфігурації культури. Відбуваються глобальні трансформації, що обумовили наявність в інформаційному суспільстві медіареволюції, медіаповороту, медіакультури, медійного суб'єкту, змін ідентичності людини. Постає наукова проблема не тільки відповідати на старі наукові питання, а й генерувати нові, не задовольняти зацікавленість, а збільшувати та поширювати її.

Одним із напрямків подолання означених тенденцій сучасні дослідники вважають медіаповорот. Як зазначають Л.М. Деніско і О.Ю. Мошинська, медіаповорот – це трансформація медіа, стрибок в їх розвитку, він звернений не тільки і не стільки до класичних медіа, як до появи принципово нових медіа [2, 125]. Розглядаючи особливості медіаповороту/медіареволюції, вони виходять із трактування медіа як соціокультурного феномену.

Філософсько-культурологічна інтерпретація висуває феномен трансформації культури, коли остання перебуває у процесі модифікацій, зазнаючи значних внутрішньосистемних перетворень і змін зовнішньосистемних зв'язків, у результаті чого людство зустрічається з принципово новими соціокультурними практиками. Як процес, вона виступає кардинальним «зламом» колишніх стереотипів, інтересів, цінностей і принципів; не оптимізацією чи вдосконаленням, а саме радикальною зміною і торкається усіх аспектів соціокультурного розвитку, відбувається на всіх рівнях одночасно і паралельно. Визнання трансформації культурної реальності свідчить про нові можливості її вивчення. Трансформація культури не пояснюється виключно констатацією її як еволюції (згідно з еволюційною парадигмою), та описом відомих культурних процесів і тенденцій. Вона є одним із напрямків культурної динаміки, що долає опозиції лінійності – циклічності, дискретності – континуальності (неперервності), єдності – множинності і т.ін.

На думку українського дослідника С.Л. Катаєва [3, 11], проблематика трансформації постає «відкриттям» ХХ століття, за допомогою якого можна найбільш вірогідно описати сутність процесів, що відбуваються в сучасному світі. Дослідник підкреслює, що в процесі трансформації руйнується система цінностей, відбувається соціокультурна дестабілізація, змінюються критерії соціальної структури, відбування культурних традицій від соціально-історичних орієнтирів, трансформація торкається людини, її ідентичності.

Багатозначність сучасного світу характеризує ситуацію, коли попередній категоріальний апарат, методи дослідження реальності не відповідають вимогам часу. Інакше кажучи, апробований у минулому методологічний інструментарій не відповідає сучасному стану практики, не враховує інтердисциплінарність соціогуманітарного дискурсу, до якого слід віднести феномен трансформації культури. Сучасне розуміння трансформації культури відбувається за координатами, які вказують на її багатоаспектність. Дослідники пропонують досліджувати це явище за такими критеріями: «management - informational - mobility - mutability », тобто управління – інформаційності – мобільності - мінливості (Друкер, Кастельс, Уррі, Літл);

глобальності-суверенності-елитарності-громадянськості (Габермас, Луман, Крозье, Турен); ресурсів-ефективності-комунікативності-цінностей (Фукуяма, Акофф, Арато, Бурдьє, Федотова); ризику-кризи-адаптивності-трансформативності (Бек, Штомпка, Ядов, Белл).

Трансформація культури складне явище, воно обумовлене досить широким колом чинників культури. Й. Файтингер вказує на те, що особливого значення в сучасній філософсько-культурологічній думці набуває визначення нового поняття «культура», що долає національно-державне обмеження, надаючи перевагу відкритому розумінню останньої, завдяки чому виникає розлогий дискурс, що надає можливість співіснувати подібного і відмінного [8]. У цій ситуації відбувається тісне переплетення методів, поява концепцій на межі дисциплін, що ускладнює вияв методології у чистому вигляді. Частково це пояснюється особливою складністю, багатоаспектністю і багат шаровістю як самого феномену культури в цілому, так і безпосередньо стану трансформації.

У філософсько-культурологічному дискурсі трансформація визначається як «період критичний, протягом якого величезні пласти культурної традиції – те, що надходить з глибин часу, і те, що розпочинається – вступають у протиборство, співіснують у найтіснішому часовому просторі. Феномен трансформації культури безпосередньо пов'язаний і з швидкісними змінами сучасності і не може бути поясненим на засадах «класичної» та «некласичної» парадигм дослідження динаміки культури. Це новий тип динаміки, що виступає перетворенням/трансформацією і має місце в тому випадку, коли новий стан виникає в результаті зміни попереднього стану під впливом інтенсивних процесів оновлення, які відбуваються в соціокультурній реальності. Якщо комп'ютеризація свідчить про удосконалення засобів пошуку і обробки інформації, інтелектуалізація про підвищення інтелектуального потенціалу суспільства, в тому числі про використання засобів штучного інтелекту, то поширення медіа, медіатизація – про удосконалення засобів збирання, зберігання і розповсюдження інформації. Сьогодні інформаційне суспільство втілює трансформацію не лише як головну соціокультурну практику, підкреслюючи безмежні можливості людини, але й появу принципово нових медіа. З'являється культура, яка відповідає історичним умовам розвитку інформаційного суспільства. Це підкреслюється і сучасним філософсько-культурологічним дискурсом. Ідеться про те, що в умовах глобалізації необхідно вести мову про становлення нової культури, якою виявляється медіакультура. Поява медіакультури постає як злам панування письмової культури, який зараз переживає європейська культура.

Відбувається становлення медіалогії як галузі наукового знання, де медіа виступають в якості однієї з домінант, однієї з важливих констант розвитку суспільства.

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 осовні детермінанти розвитку. Аналізуючи ці процеси, дослідники визначають, що таким фактором змін є медіа.

Із другої половини XX століття розпочинається інноваційний і бурхливий розвиток медіапроцесів. З'являються новітні інформаційно-комунікаційні технології (електронні медіа, комп'ютерні технології тощо). Тому інтерес дослідників із різних галузей до проблеми медіа, їх ролі в житті сучасного суспільства значно зростає. Як зазначає сучасний дослідник В.В. Савчук, якщо XVIII століття – століття просвіти, XIX століття – століття індустріальної епохи, то XX століття знаменує століття інформації, змінивши назву століття літаків, електрики, машин, атому, комп'ютеру [6].

Уже в 60-ті роки XX століття канадський вчений 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. 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 [4].

Теоретичні положення М. Маклюєна надалі розвинуті в працях Ж. Бодрійяра, М. Кастельса, С. Леша, М. Лумана, Е. Тоффлера, Ф. Фукуями, Д. Рашкоффа та інших дослідників, які означили сучасні тенденції розвитку медіа і людини в умовах нової реальності інформаційного суспільства.

Інформаційне суспільство - одна з фаз техногенної цивілізації, де головними продуктами виробництва є інформація і знання. Відповідно, виділяються такі риси інформаційного суспільства: зростання ролі інформації як технологічного ресурсу в житті суспільства; збільшення частки інформаційних комунікацій, їхня індивідуалізація та універсалізація; створення глобального інформаційного простору, завдання якого забезпечити ефективну інформаційну взаємодію людей, задоволення їхніх потреб в інформаційних послугах і, відповідно, доступ до всесвітнього інформаційного ресурсу. Ідеться про культурну трансформацію сучасності.

Інформаційне суспільство характеризується появою медіареальності, медіасубекта, завдяки чому відбувається поява та створення нових онтологічних умов існування. Під впливом медіа відбуваються трансформації, які знаменують органічний взаємозв'язок соціальної та інформаційної сфер. Особливої актуальності набуває питання створення нових онтологічних умов існування людини внаслідок перетворення інформаційного простору та появи принципово нових засобів масової інформації (ЗМІ) чи, як аналога цієї появи, засобів масової комунікації (ЗМК). Прикладом появи медіареальності та медіакультури може слугувати мережевий проект «Автозображення», який здійснив померлий від раку крові в 1998 році британський митець Дональд Родні. Розуміючи свою смерть, він вирішив перенести і свою фізичну присутність, і елементи своєї творчої індивідуальності в Інтернет. Для цього він використав різноманітні інформаційні засоби: від рентгенівських результатів аналізу крові та клітинних культур. Ще за життя за допомогою «Автозображення» Родні делегував свої творчі здібності відвідувачам його сайту (www.iniva/autoicon).

З'явилися електронні засоби масової інформації, виникли діалогічні способи надання інформації, збільшилася швидкість її трансляції, з'явилися невідомі до того часу «електронні спільноти». Такі, як, наприклад, користувачі мережі. Виникають такі феномени як електронний уряд, блогова журналістика чи специфічні види культури, які тиражуються виключно через Інтернет. Людина, що бере участь у будь-якій із зазначених практик, неминуче потрапляє під її вплив і відповідним чином змінює свою поведінку і свідомість. «Релігія і наука, міф і технологія, інтуїція і розум, популярна і висока культура, жіночі і чоловічі архетипи... починають модифікуватися й інформаційно насичувати одне одного... народжується новий тип свідомості», - пише відомий теоретик постмодернізму І. Хасан [9, 27-28].

Поява електронних і цифрових медіа стала великим викликом 90-х років ХХ століття: «Якщо раніше домінувала картина світу, де людина була розташована «перед світом», а тому мала здатність розуміти його та відтворювати у певних образах, то людина постмодерної картини світу опиняється всередині світу, вона позбавлена дистанціювання, замінником якого є мережа комунікацій» [8, 9]. Технології передачі інформації постали найбільш складними і розгалуженими у світі, поєднуючи людей, транслюючи не лише телефонні розмови, але і різні види іншої інформації: телевізійні програми, цифрові дані тощо. Сучасній людині доступний весь необмежений масив інформації, який щосекунди збільшується. Медіа-інформація може водночас існувати скрізь, миттєво сягаючи необхідних серверів за тисячі кілометрів. Створюється новий світ, де інформація домінує.

Стосовно того, чим саме є медіа, дослідники займають різні позиції. Згідно з однією, представленою у М. Маклюена, під медіа слід розуміти «extensions of ourselves», тобто будь-яка форма сприйняття постає медіальною, тому що вона опосередкована нашими органами чуття. Друга позиція під медіа розуміє інстанції, які пропонують дистанціювання від чуттєво-тілесного досвіду. Її прихильники наголошують на урізноманітненні каналів зв'язку, за допомогою яких відбувається передача інформації, тим самим зазначаючи новий етап у розвитку людської цивілізації в цілому. Проте, якщо ми визначаємо комунікацію як дещо інше, ніж просто передача/прийом інформації, тоді вимушені визнати, що медіареальність торкається усіх аспектів людського життя. Медіа постають реальністю всіх, набуваючи максимально розширеного розуміння – в результаті в ролі медіа вступає все, що пов'язано з новими інформаційними технологіями, різноманітням і плюралізмом інформації, швидкісним розповсюдженням інформації. Немає такої сфери соціуму, куди б не проникали медіа. Вони кардинально змінюють соціальну, професійну, освітню й особисту сфери життя людини, бо інформація і знання разом зі спілкуванням складають основу розвитку соціальної реальності.

Особливості трансформації медіа представлені А. Хлоповим у статті «Нью-медіка: споживач стає творцем» [10, 6]. Дослідник наголошує, що саме сьогодні прогрес сучасних інформаційно-комунікативних технологій готує фундаментальні зміни в медіаресурсах; зв'язок між традиційними (газети, журнали, радіо, телебачення) і соціальними медіа (блоги, журнали, соціальні мережі) як принципово різними типами медіа починає впливати (підкріплювати) одне на одного. Комплекс «традиційні/соціальні медіа» створює той інформаційний ландшафт, де кожен може бути не лише пасивним споживачем, але й активним безпосереднім учасником медіа-дії. Медіа постають самостійним феноменом і цим знаменують відмову від розуміння медіа як засобу, посередника у зв'язку з появою електронних ЗМІ, екранних технологій, електронних посередників. Так, будь-хто може приєднатися до мас-медіа за допомогою Інтернету, який перетворюється в феномен медіа-середовища, яке виникло завдяки новітнім технологіям і де, власне, відбувається виникнення культурних кодів, які впливають на розвиток людської культури як системи. Потoki, що весь час збільшуються, змінюють не лише модуси існування людини, але і культурну парадигму.

На думку сучасних аналітиків, нові медіа доповнюють, але не замінюють сучасну широку систему інформації. Швидше мова йде про поділ, на який указує В.В. Савчук, один з провідних спеціалістів в області медіа-філософії: «Мабуть, найбільш важлива відмінна риса, якщо застосовувати терміни М. Маклюена, «старої media» (картин, кінематографу, прозаїчних творів і віршів, музики, філософії, науки й навіть племінних звичаїв) від «нової» (телеграфу, газет, телебачення й Інтернету) полягає в тривалості першої, що контрастує з ефемерністю другої» [6]. Мінливість та ефемерність виступають критеріями сучасного життя.

Відбувся медійний поворот/революція, що зумовлює швидкісне розповсюдження «медіапохідних» в усьому соціокультурному просторі. Медіа, які безперервно розширюються, стали справжнім середовищем.

На цікаві роздуми про зміну культурного середовища людини під впливом медіа вказує Д. Рашкофф в своїй праці «Медіавірус». Філософ розглядає простір світової інфосфери/ Інтернет-простір як такий, що виявився живим і все більше втягує людину в себе. Дослідник наголошує на тому, що інфорпростір продукує медіавіруси, «протеїновою оболонкою» яких може бути подія, винахід, технологія, система ідей, музикальний вираз, візуальний образ, наукова теорія, сексуальний скандал, стиль одягу - головне, щоб оболонка зацікавлювала. Саме це і спричиняє швидкість розповсюдження медіавірусу. Чим більш провокаційний знак чи «картинка», що спричиняє нашу зацікавленість/ «зачарованість», тим більший ступінь відсутності культурного «імунітету» в нас до нового вірусу. Він приносить нові ідеї, надає нові цінності, йдучи за якими, людина втрачає свободу. Особливою стратегією медіавірусу виступає механізм втілення бажань

людини. Проте сам медіавірус сприяє зниженню активності суб'єкта у світі справжніх подій, присипляє його зацікавленість [5].

Про інформаційні віруси, що є своєрідною «спокусою», які орієнтують на «свободу вибору» і «індивідуальні уподобання», попереджає і М. Кастельс. Філософ вказує на можливість надання «варіантів вибору» не лише стосовно міжособистісного спілкування за допомогою електронних медіа, але й суспільства.

Культурні практики перетворюють людину на своєрідного «навігатора», завданням якої постає пошук і проектування нової інформації в умовах її постійного міксування. Зростаюча швидкість пошуку інформації накладає відбиток на бажання і можливості вирішення питань, які вимагають більш повільного режиму роботи. Відбувається вимивання, викреслення орієнтирів і символів, які не відповідають зазначеним вище вимогам. Вільний доступ до інформації сьогодні втілюється в тезі: «Прийшов, побачив і відредагував». Так загальновідома Вікіпедія виступає справжньою колективною творчістю, де кожний бажаючий може вносити і змінювати текст. Учасники додають до Інтернет-енциклопедії нові зв'язки і пов'язують їх між собою. Нині існують літописи як досить масштабний мультимедійний архів і експериментальна ділянка, де можливий може знайти для себе корисну інформацію і поекспериментувати із сучасними способами колективного зберігання, пошуку, редагування і класифікації текстів, фотографій, аудіо і відео.

В той же час дослідники зазначають таку проблему, як наявність дефіциту інформації, оскільки величезна кількість інформації, продукуюваної кожного року, вже давно перевищила можливості людини засвоїти її. У зв'язку із зростанням хаотичності, непередбачувальності вибору шляхів отримання інформації в Інтернеті людина все частіше починає використовувати випадкові явища, процеси в якості основи для формування висновків. Порушується уявлення про незворотність тих процесів, які відбуваються в житті. В активного користувача комп'ютера формується переконання, що будь-яку дію можна скасувати, повернути назад, що будь-який вчинок має зворотню дію, що стає причиною багатьох проблем в різних сферах життя. Крім того, абсолютизується суб'єктивізм – власна думка стає для людини, зануреної у нові практики, більш значущою і важливою, аніж логічні докази і об'єктивні причини. Сама людина постає в якості об'єкта і суб'єкта.

Медіа сприяють тому, що культура набуває вигляду симулякра. На цьому свого часу наголошував Ж. Бодрійяр: «Культура під впливом інформаційно-комп'ютерної технології стає усе більш і більш *simulational* у цьому значенні. Засоби інформації часто замінюють речі, перетворюючи ідентичність оригіналів на *referentialities*. По суті, віртуальні реальності втягують людину в нові форми існування, обіцяючи нові життя і переживання, певною мірою можуть формувати особистість. Саме ця штучно створена (*simulational*) реальність, являє собою точну копію, оригінал якої ніколи не існував»[1, 45]. Симуляція, видаючи відсутність за присутність, одночасно усуває відмінність між реальним і уявним (ілюзорним).

Аналіз медіа як чинника трансформації культури дозволяє зробити наступні висновки. Трансформація культури під впливом медіа є однією з тенденцій сучасного стану суспільства. Медіа стають важливою домінантою розвитку не лише культури, а й усіх сфер суспільного життя в інформаційному суспільстві. На підставі медіа з'являються такі феномени, які не були раніше відомі, а саме: медіареальність, медіакультура, медіареволюція, медіаінформація і т. інш. Вони позначають нові стратегії соціального пізнання. Відбувається «злам» класичного розуміння як культури, так і медіа.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бодрійяр Ж. Реквием по масс-медиа./Жан Бодрийяр: [пер. с фр.]/ Поэтика и политика. Альманах российско-французского центра социологии и философии и

- РАН.- М.: Институт экспериментальной социологии. Спб: Алтея, 1999. - С. 193-226.
2. Дениско Л.Н., Мошинская Е.Ю. Масс-медиа и философия/ Дениско Л.Н., Мошинская Е.Ю. Вісник ХНУ № 860, серія «Теорія культури і філософія науки». – 2009. -С. 113-118.
 3. Катаев С.Л. Сучасне українське суспільство: Навчальний посібник.-Центр навчальної літератури, 2006. - 200 с.
 4. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешнее расширение человека./Маршал Маклюэн [пер. с англ. В. Николаева]. – М., Жуковский: Канон-Пресс. – Ц., Кучково поле, 2003. - 464 с.
 5. Рашкофф Д. Медиавирус./Дуглас Рашкофф; [пер. с англ Д. Борисова]. –М.: Ультра. Культура, 2003. – 368 с.
 6. Савчук В.В. Медиафилософия: формирование дисциплины/Савчук Валерий Владимирович//Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. Под ред. В.В. Савчука. - Спб. – 2007. - 231 с.
 7. Федотова В.Г. Факторы ценностных изменений на Западе и в России./ В.Г. Федотова//Вопросы философии. – 2005, - № 11. - С. 3-23.
 8. Файтингер Й. По ту сторону методичного национализма. Перспективы культуры, исторической памяти и идентичности в Европе./ Й. Файтингер//Вопросы философии. – 2007, - № 9, с. 32.
 9. Hassan I. Ideas of cultural change //Innovation Renovation. New Perspectives on the Humanities. Hasson I., Hasson S. (eds.). Madison. – 1983. – P. 27-28.
 10. Хлопов А. Нью-медика: потребитель становится творцом. А. Хлопов//Журналист, - 2007, № 6, - С. 9-15.