

*Василь Теремко*

### ЛЮДСЬКІ ВИМІРИ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ ПОСТМОДЕРНУ

*Розкрито суть людиномірності і людиномірності медіареальності, а також медіавиклики людині і людському в постмодерному медіасередовищі.*

**Ключові слова:** антропология медій, людиномірність, віртуальність, медіаманіпулювання, патоконтент.

*Раскрыты сущность человекомерности и человекомерности медиареальности, а также медиавызовы человеку и человеческому в постмодерной медиасреде.*

**Ключевые слова:** антропология медий, человекомерность, виртуальность, медиаманипулирование, патоконтент.

*An essence of human measures and measures of humanity in media reality, and also media challenges to man and mankind in the postmodern media environment have been cleared up.*

**Key words:** anthropology of media, measures of humanity, virtuality, media manipulation, pathological content.

У безупинному розвитку суцього на магістралях історії постала випробувана працею і спокусами, самозрозуміла в почуттях, розкріпачена в думанні, морально самокерована й вигартувана творчим духом особистість монадного типу. У її внутрішньому світі — весь світ. Вона і ним живе, і його репрезентує. Нею керують не тільки потреби і цілі, а й цінності та моральні імперативи. Невгамовності буттєтворення часто ставлять її перед необхідністю подивитися у вічі справжньому сенсові своєї активності і перевірити її іншими енергіями, ніж ті, що дають одержимість, а етичні муки допомагають знаходити софійні (засновані на мудрості) моделі діяльності. Тому діє на надзусиллях чи розсудливо стримує свої пориви. Як

вищий ступінь «наростання індивідуалізації суцього» [4, с. 6] й автопортрет «людської спільності» [4, с. 9], вона є і метою в цілетворенні, і деміургійною (творчою) силою, відповідальною за долю і міру людського. За таким світоглядом усі задуми і справи, що розвивають людину і відповідальні за людське, — людиномірні.

### МІЖ ДІЙСНІСТЮ СВІТУ І ДІЙСНІСТЮ ЛЮДИНИ

Усі явища культури здобували визнання на основі людиномірності — тотожності буттю, збереженню і розвитку людського у світі. Ідея людиномірності, стихійно поставши як протоутворення глибин раннього неоліту, визрівала в концепт і набувала прозорих значень разом із олюдненням і осягненням світу. Кожен крок цивілізації збагачував її розуміння і досвіди втілень. Кожен тип соціуму своїми концептами виточував її специфіку. Антропологічне витлумачення людиномірності передбачає зближеність явищ світу із типом існування індивідуальності як культурної істоти й особистості як морально керованої духовної системи, її можливість діяти «із себе» (С. Франк) — самоздійснюючись, а не через примус.

Людина починає і детермінує «причинний ряд» (І. Кант) сутностей, подій, явищ буття і є їх мірою. Як суб'єкт культури, вона володіє здатністю «відособлюватися у структурі буття», прагненням «стати його деміургом, трансцендентуватися за межі свого тут-і-тепер-так-буття» [11, с. 350]. На неї покладено відповідальність за людський вимір дійсності і за людиномірність як повноту існування людського, де особистість, її життєвий світ є найвищою цінністю. У деяких контекстах людиномірність рівноважна конгеніальності — близькості за духом, розумом і способом мислення.

Про людиномірність як світорозуміння вів мову ще Протагор («Людина є мірою всіх речей»). Людиномірність як концепт утримує єдність філософії кардіоцентризму (П. Юркевич) й актуальність ідеї «сродної» праці (Григорій Сковорода); як світоглядний принцип — зобов'язує оцінювати явища дійсності за їх співмірністю буттю і цінностям людини; як парадигмальний критерій — інтегрує її сутнісні якості і різноманіття потреб. У центрі людиномірних праксеологічних, епістемологічних і аксіологічних систем фігурує людина, її очима роздивляються природне і створене працею, матеріальне і духовне.

Об'єктивним людиномірним «універсальним медіатором» між особистістю і трансцендентним (тим, що за межами свідомості і

пізнання), а також стихіями, що вирують у ній, є культура. Завдяки їй перед людиною як істотою символічною, «що сприймає і адаптує світ через властиву їй систему образів», реальність постає опосередкованою продуктами культурно-символічної діяльності, найуніверсальніші з яких — мова, міф, мистецтво, релігія [4, с. 10]. У світі культури мостами-посередниками між людиною і фізичною дійсністю є медіа, які, працюючи з різними типами символічного, створюють нову (інформаційну, віртуальну) дійсність.

Антропологію медіа (трансдисциплінарну підсистему науки, зосереджену на пізнанні їх ролі у життєдіяльності людини і людиномірності медіареальності) цікавлять різні вияви людського і людиномірних сенсів у динамічній медіасистемі. Потракткування людиномірності медіареальності як її зорієнтованості на буттевість (цінності, потреби, стилі) людини, наявності в ній людського (надбань, досвідів, проблем), забезпеченості від інформаційного і віртуального насилля концептуально зобов'язує до аналізу узгодженості стилів і цілей функціонування медіасистеми із типом та екзистенційною системою особистості, що домінує в конкретній культурі. Людиномірність медіареальності — поле для роботи і філософської антропології, теоретико-методологічний інструментарій якої додає евристичних сил і науці, предметно зосередженій на соціальних комунікаціях. Культивовані нею антропологічний підхід як методологічна основа і базовий принцип орієнтує мислити людину як самоорганізовану цілісність (континуум) і людиноцентрично бачити дійсність; принцип антропності, проголошуючи людське життя закономірним явищем розвитку Всесвіту, налаштовує на пізнання дійсності очима людського буття і за критеріями людського. Концептуально їх об'єднує антропологізм, узалежнюючи розгляд природних і суспільних явищ від властивостей, способу буття, потреб і можливостей людини.

Проблема людини і міри людського — вічна з моменту її самозадуманості у світі; в кожному часі вона має свої сюжети і ціннісні виміри, згармонізовані та конфліктні сенси і явища: «Де починається пошук змісту і смислу, там починається людина» [2]. Людиномірні соціокультурні, зокрема медійні, системи — недосяжний ідеал. Усі вони переживають фази зародження, розквіту, кризи і трансформацій. Конфлікти усередині ідентичності особистості,

боротьба різних субідентичностей, намагання, втікаючи від себе, знаходити себе, сумніви й екзистенційні драми — фундаментальні випробування тожсамості трансформаційної пори. Бо людина — і стан, і процес: у ядрі культури вона є цілісною, самодостатньою і сильною; на маргіналіях, історичних переходах — стривоженою, пригніченою, дезорієнтованою або надодержимою у прагненні змін. І медіасистеми, рухаючи світ, постійно розвивалися.

Світ — полікультурний, і це задає багатоманіття критеріїв і моделей людиномірності за наявності в них спільної ціннісної основи. Кожну культуру репрезентує базовий тип особистості: аграрну — людина манускриптна, індустріальну — людина друку («аналогова людина»), інформаційну — людина «цифрова» (екранна). Середовищем побутування людини аграрної цивілізації є природа, індустріальної — техніка, інформаційної — семантичні структури (інформація). Із кожним типом цивілізації асоціюється технологічний тип медій, з типами медій-репрезентів — автори і способи транслювання смислів, реципієнти і культура їх побутування в медіасвіті. Позамедійні реалії від них залежать не менше. Із явищами медіасвіту безпосередньо пов'язані характерні ознаки особистості, способи її публічного і схованого від сторонніх очей побутування, а також мислєдіяльності, бо комунікації структурують, змінюють соціум і людину, а також походять від них. «Людина творить текст, але і текст формує/деформує людину» [8, с. 242].

#### ПОСТІНДУСТРІАЛІЗМ — ІНФОРМАЦІОНАЛІЗМ — ПОСТМОДЕРН

Перехід у постіндустріальний, а за тим — в інформаційний час проявляє нові координати, стилі, структури життєдіяльності й параметри людиномірності, ставлячи перед сучасною наукою не чуже і прикладній сфері проблемне питання: що вважати полем людиномірності — реальну (фізичну), інформаційну чи віртуальну дійсність. Відповідь на нього прямо корелює із розумінням онтологічних характеристик цивілізації, яка прийшла на зміну індустріалізму, а також техногенних сил і соціальних технологій, які оточили людину. У комп'ютеризованому (інформатизованому) постмодерні як світоглядній системі реальність буття розгортається в кожному із світів — фізичному, інформаційному, віртуальному і між ними; символічні семантичні структури дедалі активніше узалежнюють

емоційну, когнітивну сфери і практику людини; медіареальність функціонує як джерело і поле людської онтології.

Інформаціоналізм — епоха радикального сплюснення й ущільнення світу, поглинутого боротьбою за «легку» (інтелектоємну, інформаційну) і швидку (інноваційну) економіку. Інформаційні технології — його ресурсна домінанта і джерело розвитку. Авангард цивілізації, яка набирає сили, живе у світі інформації і мислить категоріями інформаційної культури. Постійно оновлювана інформаційна оснащеність є основою стрімких досягнень і ресурсної нерівності: вищі суспільні верстви оперують інформацією як ключовим капіталом, контролюючи політичну та економічну ренту; це програмує на соціальне аутсайдерство людей, охоплених турботами про матеріальне і відсторонених від сфер, де народжуються і циркулюють знання. Світоглядно і буттєво закріплює людину в цій малоперспективній стратифікаційній позиції інформація, яка унаочнює соціальні стереотипи, нагнітає ірраціональність, культивує обмежену суб'єктивність, екзистенційну несамодостатність, маніпулятивну піддатливість, переакцентує свідомість на гедоністичні або ескапістські стихії з метою вилучення політичної, економічної вигоди чи задоволення за її рахунок своїх бажань. Тотальність таких явищ виявляє проблематичні аспекти людиномірності інформаційної цивілізації і постмодерної медіареальності.

Універсальним символом інформаційної епохи є Інтернет як інформаційна модель світу, «територія» інформаційної свободи, глобальний супермедіум, біржа праці, комерційна машина, калейдоскопічний супермаркет мрій, бажань і миттєвих задоволень (реальність віртуального), фабрика споживачів, всюдисущий слідчий, а також гігантське закулісся, що обдаровує-оббирає людину. Інтернет реально задав програму «геоеволюції людини», відкривши нові масштаби планетарного мислення і планетарної свідомості, наблизивши до неї «планетарні феномени життя» [4, с. 303] і давши їй змогу постати на весь зріст як громадяниніві світу.

Розвиток комп'ютерної техніки різко підвищив інтернет-мобільність, завдяки чому людство отримало доступ до всього масиву знань і вихід у віртуальність, думка стала ключовою конкурентною перевагою, а інформація — «фундаментальним джерелом продуктивності і влади» [3, с. 28]. У XVII ст. учений ще міг знати все на-

друковане з його проблеми, тепер щоденне продукування інформації перевищує весь її обсяг до Другої світової війни. Інформаційний масив знання подвоюється щоп'ять років. З інформацією пов'язана в розвинутих країнах майже кожна друга професія; щотижня нові технології ліквідовують у світі до півмільйона робочих місць; збільшення національних багатств прямо корелює з доступом до Інтернету (10% нових користувачів додають 1,5% ВВП); за годину перед телевізором на постмодерну людину звалюється більше інформації, ніж домодерна знаходила її впродовж усього життя.

У результаті трансформацій «Третьої хвилі» (Е. Тоффлер) світом оволодіває інтелектуально-інформаційна гегемонія. У ньому дедалі більше вирішують уява, невгамовність креативної думки і мобільні знання. Медії функціонують у сфері мети розвитку і на траєкторії змін, є їх механізмами і каталізаторами. Не всі з них однаково уважні до неминучих за таких обставин антропологічних напружень й особистісних випробувань. Динаміка соціокультурних потреб змінює структуру медій і характер інформаційного продукту; свідомість то випереджає ці зміни, то наздоганяє їх. Опановуючи ритми і стилі глобалізації, світ здобув ще одну столицю, на цей раз — технологічну (Кремнієва долина). Там продукують і випробовують базові технологічні ідеї, які трансформують медіасередовище, медіасистеми, медіакультуру і задають координати змін. Звідти походять нові й нові мрії та об'єкти бажань. Антропологічні ризики там народжуються також. Опорою цих процесів є креативний клас — генератор радикальних ідей і новацій.

Вибух інформаційних технологій означив нову грань залежності світу від «Надпотужних індивідів» [12] і надпотужних центрів інтересів. На близьких відстанях до осьового часу його пульс і думки по-своєму визначали Олександр Македонський, Христос, Будда і Мухаммад, пізніше — Й. Гутенберг, В. Шекспір і А. Ейнштейн, нещодавно новий імпульс йому задав С. Джобс. Надпотужні індивіди (індивіди-форматори) мають своїх «апостолів», раціональних послідовників (індивіди-адаптери) і юрби новонавернених (індивіди-об'єкти), вигодонабувачів, жертв і споглядачів.

Людина не всі зміни довкола себе й у собі повноцінно бачить і розпізнає, бо «око ніколи не буває в полі свого зору» (Л. Вітгенштейн), а різні «дзеркала» дають нетотожні з об'єктом відобра-

ження. У постмодерні оком і дзеркалом є медіа, світ репрезентує сотворена ними реальність (медіареальність). Як і попередні типи медіасистем, постмодерна виникла не стихійно, а є продуктом розвитку цивілізації і людини, котра, діючи як «креативний руйнівник» (Й. Шумпетер), творить новий медіаландшафт, долаючи себе і все, що її в цьому стримує. У теперішній медіареальності машина (друкарський верстат) уже не є візитівкою часу, її витіснили цифрові технології і базовані на них інформаційні явища. Подолання проблеми доступу до інформації спричинило тиск на людину інформаційної перенавантаженості, втому від безмежності вибору, нові форми розгубленості й ірраціональної поведінки. Як і в попередні епохи, новітні блага приносять і новітні антропологічні загрози.

Виведена на вершини в епоху модернізму логоцентрична медіаімперія, що трималася на друкові, книзі-кодексі і книжному читанні, втратила стійкість і прогнозовано оптимістичні перспективи. Із книгою як центром культури результативно змагається екран, трансформуючи логоцентричне мислення в мислення екранне (візуальне, кліпове). Сьогодні має два центри медіареальності зі своїми інфраструктурами, операторами і стилями; змагально репрезентуючи різні типи культур, вони, за законом діалектики, поборюють і підсилюють, доповнюють і підтримують один одного. Але час невимовимий, як у японському кінофільмі «Легенда про Нарайямі». Цю закономірність медіасвіту намагаються легітимізувати твердженням, що кожен новий засіб комунікації самоприречений витіснити з поля попередні. Немало протиставлено їм і контраргументів. На порі не просто природна заміна комунікаційних засобів («сторінки» на «екран»), а нова конфронтаційна зустріч риторики (усності) і філософії (писемності), котрі в теперішньому соціокультурному ландшафті постають як смислова множинність і логоцентризм [6], риторичні знання і практичні застосування. Зустріч екрана і книги у світі однієї особистості, дискурсивне співжиття «людини книги» і «людини екрана» — базова і аж ніяк не прочитана екзистенційна драма сьогодні.

Книга, репрезентуючи модерність, давала інтелектуальну і духовну владу; екран як один із символів постмодерну прокладає шлях до тотальної влади на основі контролю інформації, яка оволодіває раціональним через проникнення в ірраціональне людини.

Телекомунікації та Інтернет розривають структурований друком логоцентричний простір, розщеплюють універсальність цифрового середовища на безкінечність вправ, досвідів, вражень, пристрастей, бажань, можливостей, реальних та ілюзорних самостверджень. У сфері інтерпретацій починають домінувати феномени, зрощені цифровим читанням, а воно — мерехтливе, поспішне, нетерпляче і часто віддалене від глибинних розумінь. І цим відрізняється від заданого друком читання логоцентричного. Великим оповідям уже трудніше знаходити читача, бо кліпове мислення зорієнтоване на короткі сюжети, гру і боїться функціональної одноманітності. Процесуальність для нього часто важливіша, ніж результат.

У нових медіях зображення як інтерпретація (інфографіка) витісняє текст і працює сильніше за нього, оскільки позбавляє необхідності проникнення в суть інформації й евристичного її відпрацювання; людина зникає роздивлятися, трансформувати смислопоходження (симулякр творчості), а не генерувати рефлексивно-інтерпретаційні сутності. На тлі аудіовізуальності класичній книжності бракує енергій, що дають відчуття, враження динамізму і співучасті в динамічному.

Робота з книгою вчить думати і бачити невидиме, робота з екраном — сприймати видиме і маніпулювати ним, а також маніпулювати тим, хто маніпулює. Читач книги критичніший, точніший та уважніший до текстових деталей. Творячи власні наративні версії, він бачить автора і відшукує його версії. Читач електронних текстів — інтерактивний і налаштований на самовияви, навіть у просторі чийогось тексту реалізовує власний інтерес як квазіспівавтор. Тому в «цифрових медіях нема остаточного варіанта» [6, с. 28]. Це означає, що цифрові комунікації відкривають можливості для культивування і розвитку інших якостей людини, ніж праця з продуктами друку. Багато з того, що відкриває простір для самознаходжень і дає переваги «екранним поколінням», книжній людині недоступне; вона переживає драму виходу із книжності і невлаштованість у новому медіапросторі. Адже на місце звичної для неї соціальної ідентичності, конструйованої на фундаментальних структурах буття, приходять ідентичність інформаційна (мережна) як стандарт очікувань, поведінки й оцінювальна шкала. Важко книжна людина знаходить місце в новітніх первинних колективах (мережних спільнотах),



ще складніше даються їй визнані там стилі самопредставлення і взаємодій. Це нагнітає переживання виходу на перехрестя культур, жодна з яких не дає відчуття самоцінності.

Випробування кризою традиційних комунікаційних посередників і неадаптивністю в середовищі новітніх медій — не єдине в постмодерному часі. Людство об'єктивно і за індивідуальними самовідчуттями переступило поріг постлітературного і постгуманістичного соціоландшафту. Життєвим простором неухильно оволодівають покоління, моделлю світу для яких є не глобус, а Інтернет, і кожен у ньому — «колумб». Вони інакше розмовляють і мовчать, ніж покоління «аналогові». Вони вже не шукають одержимо книгу, бо мають екран. Їхній символічний світ — інший за базовими критеріями. Блог — їх внутрішній голос, чат — засіб спалювання незреалізованих енергій і публічного самооголошення (згадуються метафори: М. Маклюєна — про «цифрове село»; О. Геніса — що комп'ютери «ведуть історію назад»). «Мережна людина формує певну систему зв'язків з іншими, позбавлену чинника Іншого. У спільнотах референтний статус здобувають незнайомці. Мережне життя, хоч і обмежене певними рамками правил поведінки, є втіленням давньої мрії про свободу і всюдозволеність» [10, с. 104]. Що в цій свободі, як і в ерзац-дружбі, є справжнього і людинотвірного — час ще не проявив. Нестійкій, ціннісно еkleктичній особистості в такому світі легко і надзвичайно складно, бо він перенапружений взаємоконфліктними орієнтирами. Замість реального подолання відчуженості й самотності вона піддається ілюзії включеності, яка оприявнює вічну проблему видимості і дійсності, свободи і поневолення, а втрату зв'язку з комп'ютером переживає як інвалідність.

Модерна європейська цивілізація для одних є полем ностальгії, для інших — анахронізмом. Людина інформаційного часу у прагненні до розширення світу і саморозширення переступила межі, які контролювали релігія, гуманістична мораль і звичаєвість. Людина модерну переживає тотальні випробування через труднощі вродання в нові реалії, сприйняття себе і скепсис довкола неї. На цьому перехресті інноваційної зарядженості і буттєвої зніченості важливо правильно роздивитися все, що несе благо і здатне спричинити проблеми, тримаючи за епістемологічний імператив слова Августина Аврелія: немає ні майбутнього, ні минулого, а є тільки майбутнє в теперішньому і минуле в теперішньому.

## ВІРТУАЛЬНІСТЬ — ТЕЖ ДІЙСНІСТЬ

В інформаційному суспільстві почуття і мислення людини як особливий вид дійсності значною мірою є породженням медій і тотально підвладні їм. Еклектично багатоманітна постмодерна медіареальність ювенального етапу має антропологічно значущі й розважливо недоосмислені ознаки: інноваційність, динамічність і відкритість (відносно вільний доступ до інформації та інформаційних посередників); непідцензурність вербальній культурі (М. Фуко); домінування віртуальності над природою і технікою, а поінформованості — над розумінням; розвиток сфер знань і практики, в яких діти вправніші за батьків; ілюзорні самооцінки й особистісно незабезпечені домагання (новий тип свідомості); утвердження етосу «наївного майстра» (самоатестування підмайстрів у вчителі). Новітні комунікації гротескно проявляють проблему культури знання, культури незнання й етичної несамовимогливості. «У них інші сюжети і метасюжети» [7, с. 36]. Реальність тьмяніє під юпітерами інформаційних псевдоподій (безподієвих подій). Сенси буття формують навіть не медіадискурси, бо вони — рідкість, а технологічно зрежисовані медіаін'єкції, медіахвилі чи медіапотоки. Популістська історія важить більше, ніж дія, героїв витісняють медіаіміджі. Культурну домінанту формують не цінності, а медіаактивність і медіаміфологія, які нагнітають соціальний шум. Повторювані плітки стають соціальними історіями, цілеспрямовано організована інформаційна сукупність працює як соціоінженерний інструмент.

Медіаіндустрія, збайдужівши до роботи в когнітивному полі, наростила ігровий потенціал й емоційну наркотичність, яка багатьма силами прив'язує людину передусім до екрана. Постмодерна особистість щораз рідше знаходить і підтверджує свою автентичність у світі фізичних об'єктів, бо її часом, увагою й енергіями оволодіває віртуальність — медійні, здебільшого екранні, образи і стилі. Поєднання новітніх медіатехнологій і знань глибинної психології, яка розкриває дію затаєних в ірраціональності мотивів, спонукань і прагнень, робить інформацію всепроникною. На деякі її види особливо ласі інстанції несвідомого. У цій переінформованій і маніпулятивній дійсності агресори й жертви часто приписані за однією IP-адресою.

Інформаційні технології радикально розширили інтеграційні можливості людини й водночас вивели на лінію розриву сформова-

ну в модерні її автентичну самість і суверенну суб'єктність. Щоби вrostи в новий час, вона об'єктивно мусить стати іншою в думанні, освоїти новий інструментарій пізнання світу, прийняти продиктовані ним правила співпричетності і співдіяльності. Передусім це пов'язано з тим, що інформаціоналізація вивела на передній план і потужно інтенсифікувала явища віртуалізації — проявлення у психічному образів фізичної, інформаційної дійсності; створення чуттєвого (паралельного) світу; позапросторових і позачасових імітацій та ілюзій реальності; узалежнення від джерел чуттєвості, які не мають фізичних аналогів; експансивного проникнення у свідомість не завжди дружелюбних чужих інтересів; нагнітання інспірованих чи самонавіяних бажань, асоціативних переживань співпричетності і співучасті [8, с. 8—19].

У віртуальності яскрава штучність приваблює сильніше, ніж неміфологізована справжність, множачи копії нереальностей і фанатючі юрби. Саме так працюють невидимі сили світу симулякрів, змушуючи багатьох адаптовувати до них форми співбуття. Самопідганання під неадекватні щодо об'єктивності медійні образи конструює антропологічну загадку — ідентичність із віртуалізованим «Я» (віртуалізованою «Я-концепцією»), самоспозиціоновану щодо віртуальних «Інших» як захопливих справжніх. Симуляриззовані медіаобрази, генетично відрізняючись від наскрізно віртуальних образів художніх, задають відчуття доступної і бажаної справжності і генерують самоотожнювальні з ними емоції.

Віртуалізована «Я-концепція» — символічна, саморозкрита і глибоко затаємничена. Іноді за нею маневрують підігнані під соціопсихологічну суб'єктивність технологічно витончені і вправно заретушовані кон'юнктурні інтереси. На цьому конвеєрі фабрикування товарів доповнене фабрикуванням емоцій, реальна подієвість — медіамістифікаціями подій, зрощені життєвими обставинами особистості — медійними муляжами, експлуатація фізичних енергій — апелюванням до бажань і страхів, а відчуття інформаційної і реальної свободи — інформаційною агресією. Такі форми віртуальності відчужують людину від автентичного «Я», спонукають до надмірної демонстративності або заганяють у лабіринти самоприховування і відтинають від роботи над своєю справжністю.

Не тільки інформація, а всі породження психіки, звідки і якими не були б їх імпульси, є віртуальністю, що здобуває владу над

людиною, — нагнітає емоції, організовує думки, формує картину світу і нав'язує моделі поведінки. У психічному проекції бутевості (реальне, інформаційне і віртуальне) зливаються у взаємопороджуване перетікання енергій — «гіперреальність» (У. Еко), де людина є і владністю, і неповноспроможністю. Віртуальне — теж є психічним, у ньому свідоме, зустрічаючись із підсвідомим, не завжди виявляється стійкішим, а тому ірраціонально проявляє чи терпить насилля в будь-яких формах — інформаційній, почуттєвій, фізичній. Може і шукати його.

Стирання меж між реальним і віртуальним (реаліті-шоу, фальсифіковані новини, псевдогерої), генераторами, трансляторами і споживачами інформації навіюють відчуття комунікаційної справжності й буттєвої насиченості. Ілюзорність привчає людину жити у світі уявлень, образів і формує засновану на віртуальному самість. Надмір віртуалізований постмодерний медіасвіт викохує нову наївність (жорстокість викохує теж), трансформує статусні та рольові ідентичності, внаслідок чого вона симулякризується, тягнучись до симулякрів («копій, що не мають оригіналу» — Ф. Вебстер). Такими стають і її знайомства, друзі, кохання, інтимна «близькість», шлюби, ревність, культурні діаспори, герої, вороги, організованості, активності. Наразі довкола цього багато шаманізму і сурогатності, замішаних на збурюванні наївно ентузіастичних чи несвідомих енергій. Створення інтернет-цінностей на засадах персонального маркетингу (в різних форматах технології вікі) вселяє відчуття співпричетності, співучасті і тріумфів самоздійснення «Я», навіть якщо від його імені в деяких ситуаціях виступає «Воно». Тортури «Над-Я» наздоганяють не всіх і не відразу.

Віртуальність конститує «друге життя», «файлове Я», «мережне Я», «мережні я-образи», «інтернет-ескапізм» і відповідні їм ідентифікатори та центри самоідентифікації. У цьому середовищі — інші принципи самоорганізації, стандарти очікувань, стилі поведінки, рефлексії і шкали оцінювань, лінії взаєморозумінь, грані вразливостей і точки конфліктів. Заякореність у ньому загрожує дефіцитом досвіду конкурентного життя у світі фізичних об'єктів і явищ (досвід реальності), яке задає параметри автентичної змагальності і потребує самтожних форм активності.

Постмодерна медіареальність, апелюючи до стихій ірраціональності, знецінює гуманістичні параметри людиномірності. Людина

передусім є в ній споживачем із програмованою поведінкою. Тільки присутність її в Інтернеті оснащує маркетингові служби цінною інформацією для рекрутування в бізнес-схеми на основі знання персональної ситуації: апелювання до незадоволених потреб, культурних переконань, статусних домагань чи невивільнених енергій. А цілеспрямований аналіз активності дає змогу тримати її в руках і, за відсутності моральних самообмежень, навіть експлуатувати.

Інтенсивні потоки маркетингової інформації відкрили ще одну вразливість проблеми екзистенційного вибору: споживати — щоб жити? чи жити — щоби споживати? Персональний маркетинг психологічно витончено диктує режим актуалізації гедоністичних потреб і культуру їх задоволення. Під таким натиском метазвичкою стає схильність змінювати звички, а метапрагненням — щораз нові прагнення. Жодне бажання уже не є вершинним, жодна потреба не буває цілком задоволеною, бо нові обіцянки та пропозиції актуалізують їх на інших рівнях. Миготіння потреб і щораз нових задовольень нагнітає відчуття їх безкінечності, наркотично прив'язує до задовольень майбутніх періодів. Калейдоскопічність очікувань і вражень девальвує стійкі стилі, надає забуванню більшої важливості, ніж традиціям і пам'яті. Життя на ескалаторі бажань породжує нові бажання, жене за псевдопотребами, а стихія задовольень вимучує втомою «пережитих вражень» [1, с. 69]. Інспіровані бажання найчастіше прагнуть не задоволення, а нового бажання — таку їх природу побачили М. Тейлор та Е. Саарінен.

Людина-споживач не належить собі — її контролюють і нею керують, випробовуючи лавинами спокус й утримуючи її у стані «підвищеної збудливості» [1, с. 69]. Формуванням штучних потреб, прищиплюванням до стереотипів гламурності, просуванням гедоністичної вседозволеності, «героїв» насолод і розваг медіа штовхають людину у стихії збуджених інстинктів, віддаляють її від автентичних форм буття, привчають жити на рівні фізіологічних пристрастей, орієнтують на безконтрольність у їх задоволенні та винищують налаштованість терпіти шлях надзусиль до результату, співмірного своєму талантові і потраченій праці. Теперішній медіаінжиніринг споживачів залишає небагато місця для раціональних потреб і мотивацій, бо не всім по силі втримати під контролем міметичні бажання і не рватися жити, «як у кіно» чи «в телевізорі» [9, с. 396—406].

Маркетингово заряджені медії, втративши інтерес до об'єктивного інформування і критичної рефлексії, знаходять вигоди в маніпулятивності. Медійні підказки, обіцянки і псевдодосвіди, об'єкти «замилування» і «очікування», задаючи мрії та сценарії поведінки, прив'язують людську незрілість до новітніх галер чи гаремів. Індоктринація як некритичне сприйняття, цілеспрямоване впровадження ідей — тотальний інструмент медіапрактик. Це донищує довіру до публічної інформації, ставить під сумнів інститут інформаційної свободи і загострює проблему інформаційного суверенітету особистості. І все-таки раціональність як одну із основ модерну не назавжди відсунуто на периферію медіасвіту, бо тиск неприродного на автентичну самість неминуче переорієнтує її до базових структур буття. І такі тенденції уже пробивають собі дорогу.

Надприваблива інтернет-реальність вселяє відчуття безмежності життєвого простору і невичерпаності можливостей в оволодінні ним, а не просто допомагає долати «біль ізольованості» (Е. Тоффлер). Однак відкритість Інтернету означає і можливість побачити в людині не тільки те, що вона демонструє, а й те, що приховує чи ще не може збагнути в собі, і розігрувати на цій основі потрібні сценарії. Інтернет насправді виявився вікном, через яке світ дивиться на людину, всюдисущим монстром централізації і контролю [8, с. 33]. Його всюдисущість майже цілковито позбавляє людину приватності: її життя (діяльність, коло і теми спілкування, смаки, уподобання, інтереси, риси характеру й акцентуації психіки, навіть інтимність) доступне для дистанційного відстежування й управління ним. Часто вона саморозкривається там несвідомо, піддаючись різноманітним інтернет-приманкам (конкурси, анкетування, рекрутування в приховані бізнеси на бажаннях тощо), іноді самоініціативно виставляє себе напоказ, не беручи до уваги, що відкривається не тільки тими гранями, які демонструє. Багатьма формами публічність проникла й у сферу співучасті «не для сторонніх очей».

Постмодерна медіареальність є розгалуженістю наративів, які змагаються за увагу, а оволодівши нею і стимулюючи у глибинних структурах психіки наркотичні нейрофізіологічні процеси, намагаються нав'язати картину світу відповідно до бізнесових, політичних чи інших інтересів. Тотальність таких наративів перенапружує фільтри свідомості і насильницьки вторгається в неї або діє в обхід

ії. За будь-яких стратегій не кожному вдасться зберегти свою невразливість. Акцентування на емоційному гіпертрофовано вивищує його над логічним і вводить розум у конфлікт із бажаннями людини: розум орієнтується на мету і сенси, бажання — на задоволення і нові бажання. Унаслідок цього голос бажань вимучує голос сумління, навіть якщо ці бажання ніщо не примушує пригнічувати. Керована ними людина діє рішучіше, ніж людина, яка у своїх учинках апелює до розуму і самоорганізовується за критеріями раціональності.

Певні типи медіаконтенту є сильними провокаторами енергій підсвідомого: реаліті-шоу, реклама, «інтернет-будуари» й «інтернет-борделі» пробуджують силу біологічних бажань, пропонуючи гавані для їх компенсації. На цій делікатній території постає проблема суверенітету особистості над своїм «Я», осмислення якої виводить на необхідність зацентрувати і такі аспекти людиномірності медіа-реальності: маніпулятивний медіаконтент, ігноруючи духовність як основу людяності, посилює дисонанси між біологічним і витвореним культурою; експлуатація ірраціонального позбавляє людину самодостатності у грі стихій та ускладнює вихід із них, бо не завжди їй вдається раціонально побачити, де опинилася і якою стала; медіатехнології як засіб дистанційного управління залежностями від бажань і пристрастей проникають у вольові центри навіть вольових людей, нагнітаючи розлами, мутації особистості, екзистенційні вибухи і конфлікти в основах самості.

Тиск віртуальності, дефіцит автентичних почуттів нагнітає у свідомості самозадуманої людини незлагоду із собою, несприйняття в собі «свого двійника» (другого «Я»), невротичні переживання, підштовхує до ескапістських і компенсаторних практик, про що свідчать читацький попит, комунікації в соціальних мережах й інші форми інтернет-активності. Часто із цим межують напливи дефіциту автентичних почуттів, самоспостереження власного соціального й емоційного трансвестизму, які провокують «шекспірівські ситуації», нові форми соціального аутизму (втечу від себе у самостворений чи нав'язаний світ) і заганняють деякі види індивідуальної чи групової активності в тінь. Це побачив завжди проникливий У. Еко: інтернет-ілюзія «контакту з усім і усіма» діє відчужувально і прирікає людину на самотність. Ослаблення регуляторів публічної поведінки, ретушування відмінностей між фактичним і вифантазованим кон-

струє розчарування, руйнівні думки, екзистенційний сум, а також «приховувані» і «непевні» ідентичності.

Привнесена Інтернетом лібералізація комунікаційної сфери проблематизувала функціонування її усталених інститутів — авторського права, комунікаційної етики, етикету, непублічності. Нормативно-інституційний зсув спричинився до того, що навіть цілком коректна і «безпечна» активність може наразитися на підступні проекти: не маючи змоги контролювати режим конфіденційності, людина опиняється у квазіпублічних ситуаціях і, втрачаючи не тільки інформаційну суб'єктність, стає товаром. Інтернет-комунікації репрезентують і символічно роздвоєні особистості — максимально відкриті у висловлюваннях й анонімні, сховані за «нік». Складність і важкозбагненність цих процесів потребує трансдисциплінарних дослідницьких програм із солідним зацікавленням у їх результатах центрів, відповідальних за духовне благополуччя соціуму. Час вносить на поверхню необхідність перепросити («реабілітувати») при дослідженнях нейрофізіології наративів З. Фрейда і тих, хто розвивав психоаналіз, а також побачити у таких працях, як «Наше постлюдське майбутнє» Ф. Фукуями, не тільки просвітницький аспект, а й зацікавленість у розширенні ринку нейромедіаторів.

Людина нестримно востає у високі технології (hi tech, технології прориву), знаходячи в них засоби розширення своїх операційних можливостей. Стаючи частиною операційного «Я» людини, технології востають у неї, змінюючи її світобачення, саморозуміння і соціальні претензії. Із новими можливостями вона отримує нові репрезентації і статуси: «геймер», «юзер», «аватар», «нік», «цифровий абориген», «цифровий мігрант», «антропоїд», «техноїд», «гуманоїд». Вони, як і узагальнені поняття «постлюдина», «е-Номо», «е-цивілізація», символізують спричинені технологічним ривком радикальні зрушення планетарної свідомості, в лоні якої проросли ідеї подолання «живого життя», заміни людини як цілісності «дивідумом» — людиною ділмою, з'єднаною із чипом. Разом із концептами «дебіологізації» і «деантропологізації» людини, «постбіологічного» і «гуманоїдного» життя ці явища загострюють проблему технологізації людського, антропологізації технічного. Залежно від зорієнтованості у просторі культури, постбіологічне і постгуманістичне майбутнє людства викликає екзальтований подив, захоплення



й ентузіазм або аксіологічні депресії та фобії перед імовірністю технологічного самовбивства людини.

Меркантилізація сучасного медіасередовища охопила явища, які ніколи не були профанними промислами. Через те парадоксальною очевидністю постала необхідність людини захистити себе від експлуатації людського в собі та від прирощення нелюдським. Раніше хоча б декларативно її оберігав гуманістичний дискурс, намагаючись згармонізувати біологічне і соціальне. Дискурс постгуманістичний до цих ідей збайдужів, змирившись із світоглядним перетворенням людини на жертву розбурхуваних інстинктивних сил. До істин розуму він апелює рідко. Звідси проростають не тільки проблеми перехідних суспільств, а й світоглядна криза протестантського світу, в основі якої конфлікт пуританської етики і гедоністичних сил, енергію яким дають бізнес, медіа і люди-медіуми.

Як і кожна міфоіндустрія, постмодерна також отримає з часом раціоналістичну антитезу, спроможну подолати онлайнвий інфантізм і впорядкувати поведінку людини в Мережі. Наразі політика не бачить у цьому інтересів, медіа заряджені на інші теми й інші результати, Церква не знаходить сучасних ідей і слів, голос науки — слабкий, іноді — підвладний кон'юнктурному. Тим часом свідомість атакують футурологічні проекти із незбагненим антропологічним ефектом. Транснаціональний бестселер М. Кайку «Фізика майбутнього» — один із потоку книг, що містить наснажені технологічним візії, можливо, справді описує невідворотне майбутнє людства. І все-таки їм не вистачає антропологічної переконливості, а неапологетичне їх прочитання відкриває очі на маркетингове рекрутування споживача як постгуманістичного суб'єкта. Такий соціотип більше довіряється технологіям, ніж власним здатностям, налаштований на дооснащення, а не на саморозвиток. Поетизуючи його, праця М. Кайку опосередковано актуалізує тривогу за майбутнє людини як самоцінності і спонукає задуматися над відшліфованою досвідами мудрістю: «Кожна гілка дерева може бути топорищем сокири, яка це дерево зрубає». Якою людиною стане в результаті вторгнення у генетичний код і дооснащення психічних сил — загадка.

### МЕДІАТОТАЛЬНІСТЬ — «РАЙ» НЕВІЛЬНИКІВ

Сучасні медіа інтенсивно структурують життя, постмодерна медіареальність (медіаподієвість) зростається з об'єктивною ре-

альністю і навіть підмінює її, формуючи новий буттєвий простір. У тому просторі — свої закони і своя правда. Авторитет і влада мають там іншу природу. Медіаобрази і медіахаризма, базовані на психологічних механізмах фреймінгу (приписування значень), формують соціокультурну реальність як систему медіазначень і управляють нею. Інструментарій такої роботи — прес-релізм, новини із умонтованою точкою зору, псевдофакти, псевдодокази, сфабриковані медіаісторії і цитати. Технологічно сконструйована їх сукупність компонує «неіснуючу правду» (уявлення, переконання, репутації), сильнішу за правду дійсності.

Фундаментально втрачаючи питомі інформаційні функції, медії дедалі агресивніше працюють як засоби соціального програмування і реалізації соціоінженерних проєктів. В інформаційно перенапруженому світі чують сильних (упізнаваних, харизматичних) або тих, хто послуговується потужними підсилювачами (нові медії). Особливо ефективно в цьому телебачення. Його вплив тримається на пригніченні механізмів, які забезпечують раціональні сприйняття й аналіз інформації, а також на схильності людини жити в теле-, а тепер — і в інтернет-світі. Гламурні сюжети телереальності інспірують прагнення пересадити їх у буденність і вписатися в них, не задумуючись над об'єктивною їх досяжністю. Телебачення технологічно пропонує і компенсацію переживань. «Оселившись» у телесвіті, людина втрачає здатність об'єктивно бачити й аналізувати події фізичного світу. Зрештою, вона цим і не надто переймається, знаючи, що в «телевізорі є всі відповіді на всі питання», і безоглядно їх тиражуючи, будучи певною у своїй всеобізнаності. Екстравагантне поняття «відіот», схоже, стосується таких типів поведінки. У тому світі актуальні для модерну раціональність, критичне мислення, ціннісні позиції і мотивації втрачають силу. Засмічений патогенністю, інформаційний простір стає загрозою психічній цілісності людини. Один із проявів його — романтизація насильницьких стереотипів публічної та інтимної поведінки (кінофільми, ток-шоу, комп'ютерні ігри), що проєктує агресорів і жертв насилля. А нагнітання страхів («торгівля страхами») переадресовує рятівні сподівання до центрів політичної та економічної сили, в чому зацікавлені влада і бізнес. На цьому тримаються технології управління очікуваннями і прив'язаною до них поведінкою. Неадекватні інспіратори радості,

ілюзії щастя, засоби формування субідентичностей та управління масовою поведінкою — афільовані з медіумами (футбольна команда) медіі. Прилучена до них людина опиняється в «іграх», про природу і цілі яких навіть не здогадується.

Медіаадміністрування поведінки (формування потреб, управління ілюзіями, страхами, довірою, соціальною активністю, залежностями, оцінками) структурує явище постдемократії, яке створює ілюзію вибору. На таких інструментах тримається інформаційне насилля (спецоперації, війни), завдання яких — умонтовувати у свідомість цінності, моделі світу й інспірувати вчинки. Контролюючи «мозок» суспільства і тих, хто ним править, медіі оволодівають сферою владних відносин і повноважень. У цьому сенсі вони працюють як тотальна сила. Інспірації можуть мати різні об'єкти-цілі, специфічну міру інтенсивності і виявленості. Перенапружена конкретними потребами й ілюзорністю, відірвана від критичного думання, людина зазвичай діє відповідно до почутого і прочитаного, які резонують із її внутрішнім голосом, стаючи мішенню інформаційної експансії. Найефективніший інструмент — заражений вірусною психоінфекцією і технологічно вкинутий у соціум патоконтент (патомовлення, патозображення і патотексти), який ставить незахищеність людини перед експансивною патогенною інформацією (у Б. Потятиника — «патотекст»). Апелюючи до позасвідомого, вона ініціює розігрування у свідомості сценаріїв утілення бажань, експлуатуючи і деформуючи психологічний ресурс особистості [8, с. 124—169]. У чистоті своєї наївності і щирості поривів не кожному відомо, що 98 відсотків дій мозок виконує поза свідомістю [9, с. 337]. Такі перипетії приводять антропологічно стурбовані голови до думки, що людина опинилася перед порогом спадного розвитку.

### ЛЮДИНОМІРНІСТЬ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ ЯК КАНОН

Медіасучасність винесла на поверхню питання, які потребують зрілих антропологічних бачень. Ключова проблема стосується не технологій (вони розвиватимуться з різними прискореннями, і ніхто не скаже, чи є цьому межа), а людської екзистенції (існування у ставленні до себе як самості). Мислення і дії є продуктами соціокультурного досвіду, розумінь, цілей і потреб. У людини «цифри» вони об'єктивно інші, ніж у людини «аналогової». Про неї ще не все відомо. Вона малодосліджена і недосягнена, недостатньо знає

і ще не вміє бачити себе і свої ризики (найбільший — перетворення на об'єкт маніпулювання), а тому є надмір розв'язною, слабкою і навіть комічною. У такому ракурсі Інтернет є і простором самопа-родіювання та самоспотворення.

Насправді приписана до постмодерну людина живе у змішано-му часі, що звів в одну площину вчорашнє і майбутнє. В Україні є сліди і давнішої архаїки, яка специфічно ілюструє слова А. Франса, що середньовіччя закінчилося тільки у підручниках з історії. Сплетіння цих явищ здатне досягнути холистичне, космозоване, ноосферне мислення, поза яким неможливий пошук нової системи людино-мірності. У цьому сенсі ще не вичерпала потенціалу концепція ноосфери як людиномірного середовища, людства як цілісності, людини як одного із центрів Універсуму, соціуму як елемента «ноосферної оболонки», де людина бачить і пізнає людину [13, с. 33]. Такі самонастанови не просто знайти в сучасній медіадійсності.

Постмодерн, поставши як заперечення філософії і практики модерну, є ідеологічною системою, геополітичним проектом і культурною функцією. Розрубуючи конфлікт людини з часом, він продукує нові конфлікти людиномірності. Модерн теж мав проблеми і конфлікти, бо не тільки витворив гуманізм і раціоналізм, а й уживався з тотальністю, дав економічну й ідеологічну основу тоталітаризму і був поруйнований ним. Постмодерний бунт не знищив ні тотальності, ні тоталітаризму, а тільки спонукав їх прибрати інші форми. Щоправда, не відмінив він і гуманізму — вони сусідять, заперечуючи і підсилюючи один одного. Тому постгуманізм не символізує завершення гуманізму, який навіть для представників нової хвилі не втратив ціни.

Абсолютно людиномірною не була жодна медіасистема, на цивілізаційних переходах завжди розгорталися дискусії щодо адекватного часові канону людиномірності. Їх відгомони є в Біблії, діалозі Платона «Федр», працях отців Церкви, Августина Блаженного, моральному імперативі Канта, етичних системах, політичних деклараціях і кодексах медійних співтовариств. У попередні часи медіасистема була більш регульованою, а тому — прогнозованішою, і рідше дивувала інноваціями. Постмодерн у своєму розвитку сформує і свій континуум самодостатності людського, поставивши у центр не бізнес, а сили, що тримають людину у світі, а також блокуючи

сили, що вторгаються в її самість і прирікають «Я» на драматичний саморозрив.

Теперішню ситуацію важко збагнути, не вийшовши за її межі і не глянувши на неї в контексті безкінечності розвитку як полілінійного, стадіального і дискретного явища, що розгортається в онто- і філогенезі за логікою лінійно-циклічного часу. Це дає підстави знаходити в кожному цілісному фрагменті вічності моменти первісності (дикості, варварства) і цивілізації. Постмодерн має свою первісність і свого «дикуна», в чиїх руках уже не камінь — символ «безодні первісних часів», а інформаційно-віртуальний інструмент «нової магії» [5]. Він дочекається свого осьового часу й отримає цілісні людиномірніші ідеї. Закон прискореного розвитку підказує, що довго виглядати його не доведеться, бо жодна епоха не сильніша за час. У просторі цивілізації неухильно працюють наскрізні ціннісні структури, які втримують людство в рівновазі і людське в людині, допомагають раціонально розпорядитися владою над собою і над своєю владою, щоб не зробити себе жертвою власних задумів. Тому ще рано вести мову про раціональність (всезагальність роботи розуму в життєвому полі) та її принципи (сислової наповненості буття, осмисленості й міровизначеності людських зусиль, тяжіння феноменів світу до норми, можливість розпізнавання правдивого й оманливого в ньому) як про минулість.

Постмодерна людина також перейнята екзистенційно вимогливим самоаналізом, долає випробування буттям, шукає нові сенси нової справжності й адекватне їм розуміння людиномірності. Цей її голос ще не чутний, бо медіям вона малоцікава. Однак час невмолимо робить своє, і в «суспільстві медій» першим рубежем змін неминуче буде медіадійсність. Наразі повсюдно домінують слова про переваги і зручності інформаціоналізму — вони справді є, і відмовитися від них людина не зможе. Але є і межа зрощення людського з технічним, після якої самодостатнього людського не буде.

У модерні парадигму людиновірності символізувала книга як конгеніальний медіум духа. Її утилітаризація і зниження соціокультурної ранговості збіглися в часі з лавиною антропологічних проблем і загострили антропологічну кризу, з якої починається переорієнтація знелюднених медіапрактик до людини — антропологічний поворот. На цьому відрізку історії до нього підштовхують технологічна перенасиченість соціуму, ослаблення соціаль-

ного розуму, зазіхання «анонімних, знеособлених сил» (Х. Аренд, Ю. Хаберманс) на внутрішню автономію особистості. У кожному з тих явищ медійний чинник — серед провідних. Без такого повороту людиномірність постмодерної медіареальності не стане ні метою, ні фактом. Очевидно, людство опинилося перед необхідністю пошуку постмодерно наснажених систем гуманізму і співмірних їм медіасил. Новий конгеніальний медіум для таких справ наразі не проглядається, і це дає підстави думати про ймовірну реінкарнацію сил книги. Спорадичні факти сигналять про початки ентузіастичної самоорганізації такого підходу.

Насправді багато залежатиме не тільки від урівноваження технологічного гуманістичним, а й від поривів постмодерної людини до екзистенційної свободи, самотрансцендентування і деміургійності. Енергію для цього дають великі ідеї. Постмодерний дискурс їх ще не має. Усе, що екзальтує уми, у кращому разі — наконечники інтересів. Цілісної ментальності інформаційна цивілізація ще не сформувала. Через брак великих ідей та ідеалів людина вимушено переживає екзистенційну спустошеність, не знаходячи смислів, культурно і стилістично вписаних у свій час. Осягнути себе на рівні вічно високих цінностей в поглинутому утилітарністю і гедоністичністю світі їй ще не вдається. У цьому вона слабша за модерну і навіть середньовічну людину, які у своєму формуванні проходили через досвіди потрясінь. Допомогти їй виробити ціннісні орієнтири і знайти сили на шлях до них, вигартувати цілісний дух як принцип свідомої волі й раціонального життя — виклик і для медій, яким наразі бракує гуманістичного бачення, раціонального думання і точних слів про цінність людського.

1. *Бауман З.* Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / Зигмунд Бауман ; пер. з англ. І. Андрущенко. — К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. — 109 с.
2. *Гейман Н.* «Почему наше будущее зависит от библиотек, чтения и фантазии» [Электронный ресурс] / Н. Гейман. — Режим доступа: <http://www.raionka.ru/news/item/1755-nil-gejman-pochemu-nashe-budushchee-zavisit-ot-bibliotek-chteniya-i-fantazii>.
3. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 264 с.
4. *Кримський С. Б.* Цивілізаційний розвиток людства / С. Б. Кримський, Ю. В. Павленко. — К. : Фенікс, 2007. — 316 с.

5. Лекторский В. А. Рациональность как ценность культуры / В. А. Лекторский // Вопросы философии. — 2012. — № 5. — С. 26—34.
6. Ленем Р. Електронне слово: Демократія, технологія та мистецтво / Ричард Ленем ; [пер. з англ. А. Галушка]. — К. : Ніка-Центр, 2005. — 376 с.
7. Наумов С. А. Игра как способ представления реальности публичных коммуникаций / С. А. Наумов // Вопросы философии. — 2008. — № 6. — С. 29—42.
8. Потятиник Б. Медіа: Ключі до розуміння / Борис Потятиник. — Львів : ПАІС, 2004. — 312 с. — (Сер.: Медіакритика).
9. Почепцов Г. Від Facebook-у і гламуру до WikiLeaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. — К. : Спадщина, 2012. — 464 с.
10. Труфанова С. О. Идентичность и Я / С. О. Труфанова // Вопросы философии. — 2008. — № 6. — С. 96—105.
11. Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарчук (голова редкол.). — К. : Абрис, 2002. — С. 638.
12. Фрідман Т. Л. Лексус і оливкове дерево / Томас Л. Фрідман ; [пер. з англ. Мар'яни Прокопенко, Романа Скакуна]. — Львів : Незалежний культурологічний журнал «І», 2002. — 626 с.
13. Ярославцева Е. Человек в современной сетевой парадигме. Опыт синергетического подхода / Елена Ярославцева. — М. : Канон+ РООН «Реабилитация», 2011. — 352 с.

*Борис Потятиник*

## НОВІ МЕДІЇ УКРАЇНИ: АР'ЄРГАРД ЧИ АВАНГАРД?

*Здійснено порівняння активності нових медій у період українського Майдану (листопад 2013 р. — лютий 2014 р.) та політичних протестів у Гонконзі (вересень — листопад 2014 р.). Висунуто та обгрунтовано тезу про інноваційний характер нових медій, який зумовлюється співвідношенням, з одного боку, соціально-політичних викликів, які постають перед суспільством, з іншого — мінімально достатнім (зовсім не обов'язково найвищим) рівнем розвитку комунікаційної інфраструктури.*

**Ключові слова:** *нові медії, комунікаційна інфраструктура, протестний рух, цензура.*

*Осуществлено сравнение активности новых медиа в период украинского Майдана (ноябрь 2013 г. — февраль 2014 г.) и политических протестов в Гонконге (сентябрь — ноябрь 2014 г.). Предложено и*