

софа Рене Декарта та поета Ніколя Буало. Щодо Яна-Казимира, то його тлінні останки пізніше було перевезено до Кракова і перепоховано на Вавелі в усипальні польських королів. В історії Польщі він залишився як один з найнездаліших і найбездарніших керівників держави. Як зазначає історик Д. Бантиш-Каменський, «під його владою Польща зазнала величезних втрат: козаки приєднались до Росії, Бранденбургу віддана верховна влада над Пруссією, втрачені Ліфляндія, Естляндія та Смоленське, Сіверське, Чернігівське князівства». А все починалося з немовби переможної битви під Берестечком.

1. Бантыш-Каменский Д. Н. История Малой России. — К.: Час, 1993.
2. Грушевський М. Історія України-Руси: В 11 т. — К.: Наукова думка, 1995. — Т. 8.
3. Крип'якевич І. П. Богдан Хмельницький. — Львів: Світ, 1990.
4. Літургія св. Йоана Златоустого. — Львів: В-во Українського католицького університету, 2008.
5. Літопис Самовидця. — К.: Наукова думка, 1971.
6. Мемуари мессира Д'Артаньяна. — М.: Антанта, 1995.
7. Рославец Е. Н. Живопись Франции XVII–XVIII веков. — К.: Мистецтво, 1990.
8. Смолій В. А., Степанков В. С. Богдан Хмельницький. — К.: Либідь, 1995.
9. Українське козацтво: Мала енциклопедія. — К.: Генеза, 2002.
10. Polak Zwiedza Paryz, Winczakiewicz Jan. Editeur librairie polonaise a Paris, 1992.
11. Saint-Germain des-Prés, Alain Erlande — Brandenburg — Anne — Bénédicte Mérel. — Brandenburg: Editions Gisserot, 2001.

Олег ОЛЕНСВ,
аспірант ІПСМ НАМ України,
мистецтвознавець

ОБРАЗ ЦИФРОВОЇ СУЧАСНОСТІ ТА ЙОГО КРИТИКА ВИПАДОК СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

О. Оленсв. Образ цифрової сучасності та його критика: випадок соціальних мереж.

Розібравши спільне й відмінне в біномі медіа-мистецтво / масові комунікації, починаючи з високих індивідуалізованих творів медіа-мистецтва і закінчуючи популярними соціальними мережами типу Фейсбук, проаналізуємо американо-європейський досвід перебування в цифровій парадигмі на прикладі соціальних мереж.

Ключові слова: спільнота без спільноти, кібер-залежність, інфо-симулятивність, Фейсбук.

О. Оленсв. Образ цифровой современности и его критика: случай социальных сетей.

Разобрав общее и различное в биноме медиа-искусство / массовые коммуникации, начиная с индивидуализированных произведений медиа-искусства и заканчивая популярными социальными сетями типа Фейсбук, проанализируем американо-европейский опыт пребывания в цифровой парадигме на примере социальных сетей.

Ключевые слова: сообщество без сообщества, кибер-зависимость, инфо-симулятивность, Фейсбук.

О. Olenyev. Image of digital modernity and its criticism: the case of social networks.

Having examined the commonalities and differences in the binomial media art / mass

communications, from personalized works of art media and ending with popular social networks such as Facebook, we will analyze the US-European experience of being in the digital paradigm as an example of social networks.

Keywords: uncommon society, cyber-addiction, info-simulation, Facebook.

Після попередніх публікацій автора, в котрих розглядалися соціально-естетичні теорії (зв'язку понять «суспільство» й «естетика») та розбиралися спільні та відмінні риси в біномі медіа-мистецтво / масові комунікації, починаючи з високих (індивідуалізованих) творів медіа-мистецтва і закінчуючи популярними соціальними мережами на зразок Фейсбук, слід зробити остаточні висновки з аналітичної роботи, присвяченої аналізу американо-європейського досвіду перебування в цифровій парадигмі. Нарешті, поставимо проблему цифрової сучасності, в першу чергу, з точки зору антропології і антропометрії, і лише після того — цифрогенної апаратури, з її тріадою «естетика / технології / суспільство», щоб потім осмислити деякі можливості її вирішення.

Глобалізованим шляхом американізації (саме так: практично вся цифрова медіа-продукція глобального ринку створена в США і виступає колонізатором залежних від неї «третіх» країн) — симулятивне Те Ж Саме, видиме як у мистецтві (як вищий полюс суспільного життя й символічного обігу смислів, що утворює спільноту на вищих щаблях), так і в звичайному побутовому житті, насувається на індустріально-аграрне (проте, ще не інформаційне) українське суспільство початку XXI ст., яке, здається, кожну мить зволікає з визначенням «американо-європейського» чи «євразійського» варіанта розвитку країни. Інакше кажучи, вітчизняна «спільнота без спільноти» сприймає ситуацію невизначеності (цифрогенної сучасності) як позитивний — принаймні, інституційно можливий — сценарій.

Почнемо з образу цифрогенної сучасності. Зрозуміло, що цей образ не може вважатися всеохопним (унікаючи, наприклад, економіки й політики), і стосується переважно тріади «мистецтво/ технології/ суспільство». Відповідно, цифрогенний образ є синтетичним: він водночас антропометричний, апаратний, спільнотний. Мережеві технології в їх історичній генеалогії вже розглядались; антропометричне (домірне людині) медіа-мистецтво — також; отже, лишається третій член триному — соціальне. Однак у нашому виконанні соціальне за необхідністю є соціально-критичним, тобто теорією та практикою соціально активної дії; а тому тут ми створимо образ цифрової сучасності за допомогою перших двох компонентів тріади, щоб у критичному огляді «спільноти без спільноти» звернутись до останнього члена даної системи.

Отже, в цій статті будуть розвинені такі тези: 1) технології не домірні людині; 2) медіа-мистецтво є антропоцентричним; 3) масові комунікації є популярним медіа-мистецтвом; 4) масові комунікації поділяються на мережеві, інформативні, утилітарні; 5) масові комунікації характеризуються тотальною експансивністю; 6) соціальні мережі є безсуб'єктивними «спільнотами без спільнот»; 7) ейфоричність дискурсу соціальних мереж; 8) кібер-залежність та інфо-симулятивність соціальних мереж; 9) колонізація «утилітарного часу»; 10) феномен «спільноти без спільноти»; 11) самотності соціальні наслідки кібер-соціалізації; 12) втрата психофізіологічної антропометрії; 13) поняття «мережевого суб'єкта»; 14) наслідки медіатизації: корисне/ утилітарне; 15) досвід глобалізації: вироблення «альтер-присутності».

1. Технології не домірні людині. Отже, спочатку визначимо енігматичні «технології». Цифрові технології (digital technology) засновані на представленні сигналів «дискретними смугами аналогових рівнів, а не у вигляді безперервного спектру» [1, с. 228]. Всі рівні у межах смуги являють собою «однакове становище сигналу». Цифрова технологія працює, на відміну від аналогової, з дискретними, а не

безперервними сигналами; крім того, сигнали мають невеликий набір значень [2, с. 173]. Як правило, їх два, однак у реальному житті системи, особливо облікові системи збереження даних, засновуються на використанні трьох значень. В опозиції до подібного дигіталізму існує «людина» — чи то, правильніше, естетичний суб'єкт, з його «буттєвою» константою волі до організації суцього як прекрасного. Звідси — постульована недомірність цифрових технологій естетичному суб'єктові, котра полягає в тому, що можливості поліфункціональних (попередньо йшлося про одночасне використання трьох значень дискретного сигналу) і мультимедійних кібер-пристроїв значно перевищують психофізіологічні можливості людини/естетичного суб'єкта (швидкість реагування, довготермінова витривалість, «шизоїдність» поліфункціонального перенавантаження), як шаблонного виконавця конвеєрних дій на виробництві.

2. Медіа-мистецтво є антропоцентричним. Виходячи з попереднього визначення, у професійному медіа-мистецтві естетичний суб'єкт рендомно ситуативно є оператором розгалуженої системи поліфункціональних і мультимедійних гаджетів, а тому, порівняно з популярним варіантом виробничої автоматизації «мережевого суб'єкта» (для дигітал-агентів людського походження, наприклад, запеклих «фейсбукерів» [3, с. 213]), є антропоцентричним, адже він не втратив «альтер-присутності» духу (приміром, у вигляді трансцендентної «волі до прекрасного»), зберігаючи психофізіологічний антропометризм (тобто, домірність людському) об'ємного часопростору й не-утилітарної формологічності медіа-мистецького твору; знаходиться на поверхні тотал-дигіталізованої схеми медіа-виробництва; оперує, на кшталт системного адміністратора, девайсами, що мають відмінну цифрову природу (калькульовані й поліфункціональні).

3. Масові комунікації є популярним медіа-мистецтвом. На відміну від «оперуючого» сценарію професійного медіа-мистецтва з його психофізіологічним антропометризмом, популярні масові комунікації пропонують інший варіант: рабське підкорення «натуральної людини» (яка не дійшла до статусу естетичного суб'єкта), як дигітал-агента людського походження, поліфункціональним і мультимедійним мережевим комунікаціям [4, с. 192], внаслідок необхідної для біологічного виживання виробничої автоматизації подібного «мереживного суб'єкта» (наприклад, запеклі «фейсбукери», що працюють із власних акаунтів на ринку реклами чи продажів).

4. Масові комунікації є мереживні, інформативні, утилітарні. За інформаційної доби тільки мережеве (отже, вузькоспеціалізоване й швидкодітворюване) виробництво може бути утилітарним, тобто високорентабельним і конкурентноспроможним на глобальному ринку. Відмовившись від професійної медіа-мистецької стратегії «оперуючого» гаджетами /девайсами естет-суб'єкта, масові комунікації, як популярні новомедійні платформи/ сервіси, утворюють шляхом симулятивної кібер-соціалізації, низки дигітал-агентів, котрі входять до складу гіпермедіатизованої «спільноти без спільноти» (наприклад, Фейсбук). Сукупний мереживний продукт, компенсуючи нестачу власної суб'єктивної цілісності (зокрема, психофізіологічного антропометризму), за рахунок утилітарної цінності інформації, що виробляється мережею (за правилами інтернет-провайдерів, як виробників мережевого замовлення), провокує ситуацію, в якій глобальний примат тотал-дигіталізації відбувається та розширюється внаслідок полі-функціоналізму мультимедійного й інтерактивного мереживного виробництва, розсіяного, делокалізованого та дереалізованого.

5. Масові комунікації характеризуються тотальною експансивністю. У першу чергу, стосовно особистого простору та вільного часу користувачів, — підмінючи інформаційною симуляцією реальний час їхнього життя, взагалі «вчавлюючи» усе інше. Так, багато хто з користувачів соціальних мереж залежні від них як від «нічого робити», так і завдяки бажанню відчувати себе потрібним, насправді нічим

не опікуючись, або через звичку до відчуття ейфорії від власного безґрунтового нарцисизму. Отже, підвищена інформативність масових комунікацій (їх тотальна експансивність) пояснюється вакуумом «відчуття реального» (хоч в якому-небудь його вигляді). Щоправда, така експансивність масових комунікацій також (приміром, дистанційна та «неврівноважена» діяльність фрілансерів різних сегментів ринку) позначає нагальну потребу біологічного виживання для соціально невлаштованого або маргіналізованого населення.

6. Соціальні мережі є безсуб'єктні «спільноти без спільнот» [5, с. 78]. Соціальна мережа (приміром, кіберспільнота «фейсбукерів») є «спільнотою без спільноти», тому що замість якихось міжособових спільнотних зв'язків (нехай і тільки віртуальних), як у певній соціальній групі, на перший план — звісно, у непрямий спосіб — виходять утилітарні інтереси ефективної рентабельності (ринок реклами і продажів [6, с. 56]. А ще — реальні соціальні зв'язки між членами спільноти лише симулюються інформаційним шумовинням всередині подібної кібер-спільноти, гіперактивність якої (попри «вселенську ілюзію» її членів) порівняно рідко призводить до вагомих соціальних наслідків.

7. Ейфоричність дискурсу соціальних мереж. Ейфоричність дискурсу соціальних мереж — це притаманна їм маркетингова стратегія, котра, по-перше, спрямована на збільшення аудиторії через споживання безсуб'єктного /мереживного нарцисизму (завдяки посередництву мультимедійного/ інтерактивного інформаційного шумовиння), а по-друге — керується тим, щоб, збільшуючи в подібний спосіб аудиторію юзерів/ покупців, опосередковано (наче це не є один із найвизначніших сенсів існування такої кібер-спільноти, разом із віднаходженням ексклюзивної і збереженням/ накопиченням персональної інформації щодо її віртуальних членів) просувати в мережі рекламу/ продажі.

8. Кібер-залежність та інфо-симулятивність [7, с. 387] соціальних мереж. Кібер-залежність та інфо-симулятивність — дві визначні ознаки соціальних платформ/ сервісів. Кібер-залежність від «нічого робити» позначає вакуум відчуття реального (в будь-якому його вигляді). Існує також інший тип подібної залежності, коли мережевий суб'єкт подібним чином виборює власне біологічне існування (приміром, дистанційний фрілансер). Інфо-симулятивність (мультимедійна й інтерактивна, з тенденцією тотальної експансії щодо особистого часо-простору активного користувача) також позначає відсутність відчуття реального, симулюючи втручання/ присутність, опосередковано дозволяючи — шляхом приспання пильності користувача / покупця — просувати комерційну продукцію в соціальних сервісах.

9. Колонізація «утилітарного часу». Колонізація «утилітарного часу» — термін для позначення тотально експансивних процесів гіпермедіатизації інформаційної доби, коли людину, її час та функціональність активно колонізує зручна, швидка та безсуб'єктна утилітарність популярних сервісів і мас-комунікативних мереж, позбавляючи (на користь опосередкованої чи безпосередньої комерціалізації) можливого естет-суб'єкта особових зв'язків усередині соціальної спільноти й живої присутності в особистому часо-просторі, змушуючи (творчого) індивіда до розчинення в кібер-соціалізації і до мережевої (онлайн) симуляції інфо-життя.

З-посеред важливих проблем, заявлених цифрогенною сучасністю, першою є дилема «спільноти без спільності» (і, відповідно, «мистецтва без естетичного», «людини без людського»). Соціальні мережі (приміром, кібер-активна спільнота «фейсбукерів»), незважаючи на цілком реальні соціальні наслідки (як на рівні індивідуальної та колективної антропології, так і у геополітичному сенсі: наприклад, застосування підтримки соціальних мереж під час нещодавніх «арабських весен» на Близькому Сході) подібної пандемії (особливо серед молоді, хоча її деталізований критичний аналіз у нас ще попереду), симулюють втрату реальних соціальних

зв'язків та їх підміну електронною спільнотою, поняттям членства у ній (хтось когось «зафрендив»/«залайкав»: значить, перетворився на друга?) та координацією членів усередині такої спільноти (хтось переглянув список «друзів»: значить, вступив із ними у реальні життєві відносини?).

Крім того, «на поверхню» нашого огляду виринають й інші ускладнення та патології: тотальна медіатизація суспільства; девальвація інформаційної вартості; цифрогенна сучасність/ техногенна антропометрія; масова симуляція реальності/ ілюзія глобального кібер-суспільства; безсуб'єктна організація такого ейфоричного суспільства; гіпердомінування комерційного імпульсу; шизоїдний розпад і мультифрагментація цілісної особистості.

1. Узбстер Ф. Теории информационного общества / Пер. с англ. М. В. Арапова и Н. В. Малыхиной. — М., 2004.
2. Вершинская О. Н. Информационно-коммуникационные технологии и общество. — М., 2007.
3. Stevenson N. Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication. — London — New Delhi, 2009.
4. Moores S. Thinking about Media and Communications. — London — New York, 2005.
5. Frost C. Media Ethics and Self-regulation. — Harlow, 2000.
6. Беглов С. И. Четвертая власть: британская модель. История печати Великобритании от «новостных писем» до электронных газет. — М., 2002.
7. Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / Пер. с англ. под ред. Д. Волкова и А. Куряева. — М., 2004.

Владислав ТУЗОВ,
 учений секретар ІПСМ НАМ України,
 кандидат культурології

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СПАДЩИНИ І. ФРАНКА У ДОСЛІДЖЕННЯХ УКРАЇНСЬКИХ НАУКОВЦІВ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ

Анотація: У статті В. Тузова «Культурологічний аналіз спадщини І. Франка у дослідженнях українських науковців другої половини ХХ ст.» висвітлюється існування певних стереотипів щодо теоретичного висвітлення спадщини І. Франка радянськими фахівцями.

Ключові слова: культура, сучасна філософія, література, естетика, модернізм, І. Франко.

Аннотация: В статье В. Тузова «Культурологический анализ наследия И. Франка в исследованиях украинских ученых второй половины XX века» освещается ряд устоявшихся стереотипов, сформированных в традиции теоретического освещения наследия И. Франко советскими специалистами.

Ключевые слова: культура, современная философия, литература, эстетика, модернизм, И. Франко.

Summary: The article highlights the existence of certain stereotypes about the theoretical coverage heritage Franko Soviet specialists.

Keywords: culture, modern philosophy and literature.