

В. І. Теремко,
д-р наук із соц. комунік.
Інститут журналістики
КНУ імені Тараса Шевченка

Teremko Vasyl,
Doctor of Social Communications, Professor
Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University of Kyiv

УДК 007: 304: 004: 316.61

Медіа як чинник постмодерної ідентичності особистості

Media as a factor of postmodern identity of the personality

РЕФЕРАТ. У статті розкрито характер медіавпливів як чинника ідентичності особистості та їх специфіку в постмодерному часі.

На основі понять перехідного дискурсу від індустріальної до інформаційної епохи, автор описує зміни соціокультурного ландшафту і стилів життєдіяльності. Наголошує на переорієнтації постмодерної людини на інформаційно-віртуальне середовище та віддалення від базових форм ідентичності аж до інформаційного кочівника – ненаситного споживача інформації.

Ключові слова: медіа, медіавплив, ідентичність, постмодерн, віртуальність.

ABSTRACT. The article reveals character of media influence as a factor of personnel identity and it's specificity in the postmodern time. Basing on the concept of transformation discourse from industrial to information epochs the author describes the changes of social and cultural landscape and styles of life-sustaining activities. It is stressed on refocusing of a post-modern man to informational and virtual environment and separation from basic forms of identity down to an informational nomad as an insatiable consumer of information.

Keywords: media, media impact, identity, postmodern, virtuality.

Вступ. *Актуальність дослідження.* Людина живе в оцінних роздумах про світ і себе, в розвитку саморозуміння і самонастанов, у корегуваннях цілей і шляху. Її саморозпізнавання невідривне від ментальної основи, об'єктивності повсякдення, інформаційних і віртуальних систем, які генерують образ дійсності й озмістовлюють життєдіяльність. Динамічна багатоманітність смислів, якими апелює соціум, безперервно трансформує зміст її самоосягнення – переживання своєї індивідуальності, когнітивного самопозиціонування стосовно суб'єктивно виокремлених соціальних едностей, самоналаштування щодо них на співдіяльність, протистояння чи ігнорування. Так працюють механізми самоідентифікації, структуровані з актів усвідомлення своєї самості (індивідуальності) й автономно-

сті («самтожності»), самовизнання спорідненості/відчуженості власного буття з контекстом буття значущих індивідів і спільнот.

Органічна ідентичність (самовизначеність) фіксує позицію суб'єкта в соціальних взаємодіях; інтегрує енергії, що організовують спільноти і народи як колективні (соборні) особистості. Індивідуальне (самтожне) поєднане в ній із соборним (територія, мова, релігія, державність) і цивілізаційним – цінностями, ментальністю і традиціями [1, с. 5–27]. Тільки у співвідношенні з колективним (спорідненим розумінням картини світу – значущих явищ і структур життєдіяльності) відбувається самознаходження людини і самоздійснюється індивідуальна ідентичність, фіксуючи унікальність як особливість спільного. Особистість здобуває цілісність завдяки усвідомленню



своїї належності до спільноти [2]. Як «когнітивний механізм класифікування інших і класифікування щодо них себе» [3, с. 167] ідентичність проектує зміст переживань причетності до конкретних співтовариств і пов'язаності з часом.

Ідентичність як погляд на себе очима «Я» та «Іншого» утверджує індивіда у своїй культурі, організовує його знання, розуміння та інтерпретації світу, ціннісно мотивує активність. Найхарактерніші в ній – значуща відмінність від «Іншого»; іншість «Я»; сприймання «Іншого» як доповнення/заперечення «Себе». Завдяки цим когнітивно-ціннісним утворенням індивід «упізнає себе і конструює смисли, виявляючи ширшу співвіднесеність і з іншими культурами» [4, с. 29]. Згідно з концептами філософії зустрічі, він утверджує своє «Я» в діях-ставленнях, філософії діалогу – у співбутті й взаємодії з «Ти».

Ідентичність не тотожна автентичності, бо містить рефлексивне. Вона нестабільна і процесуальна, оскільки людина є динамічною сукупністю ідентичностей загальнолюдського, цивілізаційного, властивого єдностям (націям, етносам), і одиничного рівнів. Соціокультурні зміни переконфігуровують її елементи (перемикавання ідентичностей) задля самовписування у нові реалії.

У межах культурної епохи ідентичність гармонізує зв'язки особистості зі своїм часом. Цивілізаційні трансформації, здійснюючи «культурне насилля», актуалізують нові соціокультурні позиції, ролі й ідентифікаційні виміри. Системи комунікацій інтенсифікують ці зміни. Інноваційно налаштованим особистостям перехід у соціосистему із базовими елементами майбутнього – трансформація ідентичності – дається легше. Схрещування в індивідуальному світі явищ із різних часів структурує гібридні, кентавроподібні та креолізовані ідентичності. Балансування на лінії розриву особистості, екзистенційний сум, відстороненість самотності чи прикованість до знеможеного часу – драматичні екзистенції перехідних ідентичностей.

Ідентичність по-різному пов'язана з реаліями і символікою дійсності – обставинами життя і смислами соціуму. Технології інформування і зрощені ними медіа акумулюють сигнали, що генерують картини світу і ментальні структури. Тексти із фундаментальними смислами (священні книги) споконвіків об'єднують-розмежовують людські ареали. Недаремно працюють механізми творення уявних (віртуальних) світів.

Кожна цивілізація конструює органічні її медійно-комунікаційні системи і соціокультурні імперативи, які генерують структури ідентичності. В інформаційну добу медіасили пригнічують статусно-рольові функції людини як суб'єкта соціальної дії і посилюють її квазі-суб'єктність в інформаційно-віртуальних систе-

мах. Пізнання впливу постмодерної медіареальності на соціокультурні позиції особистості задає *предметний вимір і мету дослідження*.

Дослідження за темою. Філософія і гуманітарні науки здавна зосереджені на проблемах ідентичності, їх ідеї – теоретико-методологічна основа сучасних студій. Системні дослідження започаткував З. Фройд, з часом у різних предметних аспектах переймалися ними К.-Г. Юнг, Ж. Лакан, Дж.-Г. Мід, Т.-Г. Еріксен, П. Бурдьє, П. Бергер, Н. Лукман та ін.

Великий потік досліджень розкриває трансформації ідентичності на порозі інформаційної епохи. Одним із перших їх означив Е. Тоффлер у праці «Третя хвиля. Загибель індустріалізму і народження нової цивілізації». Подальші розвідки (Т. Фрідман, Дж. Белл, М. Кастельс, Г. Шиллер, Г. Хаберманс, М. Постер, Ф. Вебстер, С. Хантінгтон, Ф. Фукуяма, З. Бауман) фіксували спостереження, цінні для розуміння сучасних впливів медіасфери на самтожність. Взаємопов'язаність процесів цивілізаційного розвитку і медіавпливів на людську свідомість розкрили М. Мак-Люен, Р. Дебре, Г. Інніс, Дж.-К. Каротерс, Р. Ленем. Напрацювання світової науки евристично вписали в канву своїх пошуків Г. Почепцов та І. Засурський. Оригінальний погляд на віртуальність запропонував Б. Потятиник. Різноманітні аспекти людини-медіаспоживача розпізнала Т. Крайнікова.

Теоретичні засади й гіпотези. Людина осягає свою самість, перетворюючи соціальні норми на імперативи власного життя, уподібнюючись за значущими критеріями до споріднених спільнот чи протиставляючись антагоністичним. Її зріла ідентичність поєднує соціальне (власне єдності) та індивідуальне (унікальність), кристалізує самоздійснення й прив'язує до соціосистем. Змістово-ціннісні опори – саморозуміння і самосвідомість (Я-концепція), чинники утвердження – активна самоприсутність в актуальних ціннісних світах. Набуття нових властивостей (розширення ідентичності) не завжди нейтралізує попередні.

Історичний шлях цивілізації взаємокорельований із розвитком інфосфери, вrostанням у неї нових (із нового етапу розвитку) медіа і комунікаційних технологій, які змінюючи характер контенту, переінакшують людину і соціосистеми. Сила медіа – в їх здатності вмонтовувати у свідомість «модель світу» (Дж. Дженсен) – колективне бачення, всеосяжну ідеологію, моральні смисли, ціннісні уявлення, ментальність. Розвиток інфосфери охоплює комунікаційні засоби, канали і коди, а також процеси у внутрішньому світі особистості та взаємодії репрезентантів різних культур (Р. Дебре, Г. Інніс). Сучасні комунікації та нові покоління медіа є також агентами цивілізаційних змін і трансформацій ідентичності (М. Мак-Люен, Д. Лернер, Р. Ленем).



Новий тип особистості – результат креативного руйнування психосоціальних конструкцій минулого й ентузіастичного позиціонування себе в медіасвіті майбутнього. З часом у ньому вживаються й мобільні представники архаїчної комунікаційної культури. Усе це змінює соціосистему, людину, її приватний простір і соціокомунікаційну поведінку. Трансформовані ідентичності вивершують шлях самоосагнення людини у смислово-ціннісних координатах майбутнього, що настало.

Методи дослідження. Інтенсивний вплив на людину високотехнологічних медіасил зобов'язує до інтегрування в методологічній системі дослідження міждисциплінарних пізнавальних інструментів, різновимірною бачення взаємопов'язаності медійних і антропних явищ. Зрозуміти їх допомагає генетичний принцип: ніщо не виникає з нічого і не переходить у ніщо. Принцип закономірності (ніщо не відбувається довільно) налаштовує на підпорядкування евристичної думки логіці розвитку. Принцип цілісності спонукає бачити медіареальність як багаторівневу і полісценарну систему, а людину – як систему духовних сил. Згідно із принципом емерджентності, в системі визрівають властивості, відсутні в підсистемах, що актуально для розуміння постмодерної медіареальності.

Парадигмальною їх опорою є філософська методологія, евристичний потенціал якої (діалектика, герменевтика, феноменологічний метод) допомагає простежити роль інформаційних і віртуальних явищ у самоусвідомленні людини. Вплив медіа на внутрішню сферу особистості і трансперсональні явища розкриває медіапсихологія, ключові принципи якої мають і методологічне навантаження.

Результати й обговорення. Ідентичність формується і змінюється як когнітивно-рефлексивне утворення, синтез усвідомлених оцінок значущих соціореалій і символів. Трансформаційний імпульс вона завжди отримує на порубіжжі цивілізацій. Межу індустріальної та інформаційної епох атестують поняття перехідного дискурсу («постіндустріальність», «постмодерн», «постсучасність», «постгуманізм», «постдемократія») і поняття, що фіксують утвердження нової доби – «інформаційна епоха», «інформаційна цивілізація». Соціокультурному й антропному її виміру найбільше відповідає поняття «постмодернізм».

Соціокультурний ландшафт і стилі життєдіяльності змінюються в результаті «передачі ідей» (Ф. Фукуяма), які проникають у психічне життя і пробивають шлях новому «соціальному характеру» (Е. Фромм). Такі енергії живлять переростання базових ідей-ознак модерної ідентичності в ідентичність постмодерну. Постіндустріальний поворот зафіксував наступ соціальної ідеології, контрверсійної щодо соціокуль-

тури індустріалізму. У світі, структурованому довкола національно-державних і конфесійних центрів, визрів порив до дискретності, сегментованості й індивідуалізованості. Медіасферу першою вразили ці зміни: розвиток естетичних систем, стилів, жанрів і розмивання між ними берегів; демасифікація інфопростору; урізноманітнення каналів інформування й можливостей самореалізації людини як медіасуб'єкта. Лібералізація медіарежиму зумовила триумф самої і деактуалізувала засновані на макрофілії типи ідентичності.

Медіареальність також підпорядкована закону заперечення заперечення, за яким кожна епоха, сягнувши розквіту, витворює спрямовані проти себе медіасили і готує людину до іншого за базовими ознаками часу. Інтенсивна робота якісно нового медіаконтенту (ідей, смислів, образів), оволодіваючи віртуальним, змінює ментальне і трансформує особистісні структури, що конструюють ідентичність. Віртуальне в інформаційну епоху сильніше за фізичне. «Інформаційність» (М. Кастельс) є основою віртуальності.

Засновані на «цифрі» машини і технології зруйнували жанрово-стильові параметри інформації і посилили її вплив на соціокультурні процеси. Деканонізація медіанормативів модерну вивищила експеримент і синтез непокерованого. Інформаційно-комунікаційний режим постмодерну активізував уростання людини в нові соціокультурні ролі та змінив роботу її психічних структур.

Перехід в інформаційну цивілізацію виводить на передній план нематеріальне. Уречевлене втрачає статус буттєвого центру, увагу людини центрують інформаційне і віртуальне – знаки й образи. Вербальне поступається візуальному, читач – глядачеві. Життя в абстрактному (інформаційному) світі привчає приймати за реальність відсутнє у світі фізичному, медіа працюють як один із провідних каналів зв'язку людини з дійсністю. Інформаційні технології фіксують «єдиний світ із космополітичним управлінням» [5, с. 74], «створюють нові соціальні інститути і змінюють людину» [6, с. 60].

Реальність інформаційного суспільства – комунікаційний спосіб існування: «Дія у фізичному просторі набуває значення, ставши фактом простору інформаційного» [5, с. 152]. Його медіапростір розщеплений на безкінечність сегментованостей, інфопростір – конгломерат дисперсної і невзаємопов'язаної інформації, образної і стильової багатоманітності. Барвіста інформаційна мозаїка відволікає від мисленнєвої заглибленості і переорієнтовує мозок на одночасне опрацювання в серфінговому режимі багатоманітної інформації. Інформаційні масиви втрачають контрольованість, знецінюють



універсальні точки зору. Формальна інформаційна емансипованість і суверенне саморозуміння наражаються на нові непорозуміння і несвободи, трансформуються в нав'язані чи самостворені віртуальні субідентичності.

Притаманні постмодерному інфопростору нестримні потоки фрагментованих новин породжують інформаційні всеїдність і булімію. На безупинному інформаційному ескалаторі людина втрачає впевненість у своїй поінформованості, невибагливо довантажується новими повідомленнями. Недовіра до засміченого фейками інфопростору змушує брати під сумнів достовірне. Із таких перипетій береться названа Т.-Г. Еріксоном «непевна ідентичність» [7, с. 26]. Не розгубитися і вистояти в багатоманітті новин непросто навіть інтенційній особистості з динамічним розумом, цілісним духовним устроєм, високою рольовою мобільністю і ціннісно вивіреним проектом самобуття. А розгублений і змучений «життям у фрагментах» (З. Бауман) людині важко даються життєвий вибір і життєвий шлях: «Фрагментація роботи, споживання, сімейного життя приводить нас у світ, де немає готових пакетів ідентичності. Кожен має творити власну узгоджену цілісність із роз'єднаних фрагментів» [7, с. 115].

Інформаційна цивілізація синтезує базовані на віртуальних механізмах технології управління настроями, мисленням і поведінкою людини. Під їх впливом ідентичність як результат роботи соціальної міфології – системи ідей, уявлень і цінностей – віддаляється від національно-державного структурування світу. Постмодерною свідомістю оволодівають концепти взаємопроникнення і взаємопов'язаності нескінченності частин світового безмежжя. На цьому базуються глобалістська ідеологія і космополітична свідомість. Вони є результатом зацікавленості транснаціонального бізнесу і старань транснаціональних медіакомпаній – трансляторів глобальних потоків ідей і спонук, упакованих у слова, зображення і звуки.

Глобалізовану диверсифікованість інформаційного світу згенерував інтернет як сукупність конвеєрів новин і відкритий публічний простір, у якому пульсують енергії незліченності індивідів і співтовариств. Синхронізувавши глобальні комунікації та динамізувавши поширення соціальних знань, він дав енергії інтегрованій ідентичності («людині світу», «громадянському націоналізму»). Постмодерна людина сприймає глобалізацію як закономірність і «незворотний процес» [8, с. 6]. Пріоритетними для неї стають соціальна та інформаційна мобільність, її вже не стримують бар'єри і відстані, а центри генерування її смислів і цінностей «мають екстериторіальний характер» [8, с. 7].

Переорієнтація постмодерної людини на інформаційно-віртуальне є психосоціальною

основою її збайдужіння до національних символічних ресурсів і віддалення від базових форм ідентичності. Психологічно вона дедалі більше унезалежнюється від місця (культурного середовища), набуваючи ознак екстериторіала, глоботортера (людини-мандрівника), навіть інформаційного бродяги (позбавленого ціннісних орієнтирів невибагливого споживача інформаційного продукту) або інформаційного кочівника («Номо зарієнс») – ненаситного споживача інформації. Глобалізація породила і противагу собі – глокалізацію, а екстериторіал змушений вживатися зі своїм антиподом – особистістю, прив'язаною до місцевості й спільноти, яка виражає неотрайбалістські (новоплемінні, новообщинні) чи фундаменталістські тенденції. Для такого типу ідентичності важливе автономне буття за принципом «єдності – відчуження».

Базований на немасових засобах інформації (демасифікації медіа) вибух багатоманітності (фрагментування образного поля) активізував попит на малі медійні форми і вдарив по гранд-нарративах. Із цим пов'язують розщеплення великих організованостей, цілісність яких утримували ідеї соціокультурного консенсусу, на групи (клуби) за інтересами. Суспільство, в якому почала вивітрюватися стандартизована свідомість, переступило поріг, за яким понад усе – терпимість до багатоманітності ідей, символів і персонажів.

Пізній модерн, реалізуючи уніфікаційні домагання, вивів у світ масову людину, без якої неможливі були мас-медіа. Це поставило у скрутне становище базові для модерну цінності автономного буття і гуманістичну індивідуальність. Постмодерн відтіснив ці умонастрої. Логоцентризм, тотальність великих нарративів («гранднарративів», Ж. Ліотар), «центральної точки зору» (Дж. Ваттімо) і масова культура поступилися мозаїці форм, розумінь та інтерпретацій. Плюралізація світу універсалізувала одиничне, інфопростором оволоділи зорієнтовані на невеликі ніші й індивідуальні потреби медіа. Індивідуальність (окремішність), цінність «партикулярних ідентичностей» [9, с. 82] як противага інтегральній ідентичності знову вийшли на соціокультурну авансцену, однак визначальні в епоху модерну гуманізм і раціональність втратили для неї колишню цінність.

Заснована на інформаційно-віртуальному постмодерністська ідентичність не змогла тотально поглинути ідентичності, базовані на фундаментальних цінностях, й, очевидно, не зможе. Її врівноважує глокалізація – тиск етносів і вибух субкультур, що постали проти уодноманітнення світу. Завдяки цьому зберігається тиск націй, а світ стає конгломератом партикулярних зорієнтованостей і «локальних реальностей». У такому світі людина «хитається між причетністю і роз-



губленістю» [10, с. 18], що ускладнює роботу індивідуальних центрів ідентичності.

Фрагментованість буття згнітила привчену до пошуку причин і взаємозалежностей раціоналістичну особистість. Їй важко даються нові явища, багато із яких вона витлумачує як соціокультурні відхилення. Постмодерністична людина сприймає світ таким, яким бачить. У цих відмінностях – джерела непорозумін між ідентичностями, вкоріненими в модерну і постмодерну епохи.

Постмодерн орієнтується не на смисли, а на інтерпретації. Стиль втрачає цінність. Тотальних пояснень та авторитетів він не визнає, голосу істини не чує. Постмодерністська свідомість бачить світ як міради симулякрів, де все неавтентичне і скороминуще. Її невідступно втягує інформаційно-віртуальне життя таких само віртуальних ідентичностей. У цій віртуальності симулякр продукує симулякри, заганає людину на конвеєр малозначущих самопредставлень, виявів симпатій, насаджує комплекси, про які за інших обставин вона і не здогадувалася б. Проявлені в інтернеті ілюзії анонімності та комунікаційної свободи, дефіцит справжності інтенсифікують екзистенційні драми роздвоєної ідентичності, яка ментально не вибралася із модерну.

Пошуки в інтернет-реальності іншої справжності значною мірою компенсаторні. Однак інтернет-компенсатори штучні, віртуалізовані, а тому слабкі в забезпеченні екзистенційної повноти й цілості, що б не навіювала фантазія. Іноді вони патогенні, роз'їдають чи розколюють ідентичність ізсередини. Можливість людини бути виробником власних образів і публічно демонструвати їх у соціальних мережах проявляє калейдоскоп псевдоідентичностей – самонадуманих образів-ілюзій. У цій іпостасі інтернет асоціюється із вигоном «глобального села», де збираються охочі показати себе і вибалакатися, а реальна ідентичність поступається віртуальній.

Постмодерн дав слову свободу і забрав відповідальність перед ним, дав відчуття свободи вибору і випловив безвідповідальний вибір медіапрактик. Безмежні можливості оприлюднення в цифровому середовищі будь-якої інформації ліквідували бар'єри ідентифікації істинного авторства, деканонізували і демістифікували культурний статус автора, зініціювали квазіавторство і псевдоавторство. Такими квазі- і псевдоідентичностями інфіковані не тільки перенапружені комплексами натури.

Самопідпорядкована настановам модерну людина переживає від цього культуршок, породжений десакралізаційними тенденціями в медіасфері, бо її ментальну відповідальність перед словом і за слово перекреслює цифрова медіареальність. Їй важко сприймати нестрим-

не маніпулювання інформацією, як і визнати, що це – закономірність, а друк і цифра об'єктивно задають різні рівні відповідальності за свободу дій і працюють як цивілізаційні чинники ідентичності. Метафорично окреслив береги, між якими розгортаються сучасні її трансформації, Р. Ленем: «писемне самозречення» й «усна вседозволеність» [11, с. 111].

Соціокультурні орієнтації людини, залежної від медіа як середовища буття і чинника внутрішнього світу, підпорядковані силі медіаобразів, які часто не підтверджені особистісними властивостями і досвідами практик. Через те симулякрівана віртуальність напружує ідентичність як екзистенційне життя, оскільки людина атестує себе через орієнтацію на медіадійсність (ідентифікацію з віртуальним). Псевдоподії, псевдогерої, «псевдологічні уявлення про світ», «дефіцит досвіду реального життя» [6, с. 63], загони незнайомих «друзів» знецінюють реальність і нагнітають відчуття екзистенційної розхристаності, розгубленості й самотності.

Ідентичність як псевдопривласнення псевдовластивостей зумовлена зміною основ медіасвіту: у модерні медіа фіксували й аналізували соціокультурну реальність, у постмодерні – конструюють і підмінюють її. Звідси – звичні для інтернет-покоління і дивні для їхніх культурних опонентів публічні та квазіпублічні, латентні і притаєні ідентичності. Особистість із притаєною ідентичністю також не може втекти від себе, бо в неї є серце у грудях і камінь за пазухою. Щоправда, серцем вона живе інакше і вже не шпурне камінь у чужий город, а напише пост, прилаштує в інтернеті фейк і випустить троля. Її комунікаційний світ має іншу шкалу людиномірності, вона ідентифікує себе абсолютно вільним комунікатором, незважаючи на те, що для людини модерну – імператив.

Віртуальну ідентичність формують не явища, а уявлення та образи сфантазованих світів. Домінування віртуального привчає до уявного, орієнтує на підміну сутностей і подій образами. Тому постмодерна ідентичність є радше сукупністю, ніж цілісністю, оскільки людина саморозкривається в інтернет-практиках, які, не будучи повноцінними соціальними взаємодіями, комбінують ідентичність через причетність до квазіреальних і віртуальних організованих. Публічно демонстроване, але не пережите в саморозвитку не стає сутністю особистості, а невротично залягає у психічному. Унаслідок таких психовипробувань «центральної самості загрожує не жвава суспільна самість, а її відсутність» [11, с. 277], бо самопідігнаність під віртуальне карнавалізує ідентичність як конгломерат масок, з яких не всі здатні природити до обличчя і стати ним.



Зіткнення у внутрішньому світі автентичної ідентичності з віртуальною спантеличує і дезорієнтує тожсамість, нагнітає невлаштованість внутрішньої особи, болісні сприйняття себе і соціуму. У світі віртуальних ідентичностей (ідентичностей з віртуальним «Я») не всі «герої» мають паспорти, у жертв паспорти справжні, оскільки без здатності до саморозд्वилання, вміння проектувати, організовувати і контролювати своє життя людині складно зберегти цілісність.

Тиск симулякрової віртуальності у структурі Я-концепції активує Я-дискомфортне, фіксує невпевненість і драматизує переживання тожсамості із собою. Згнічення чи бунт не забезпеченого новоутвореннями саморозвитку віртуального ядра ідентичності (центральної самості) – проблема особистості, неспроможної оволодіти собою, і чинник напружень в її оточенні. Соціопсихологічна невлаштованість зрощених у модерні покоління, їх намагання триматися за ідеї, образи, стилі і технології, які завершують свій шлях, проектує додаткові перевантаження буттям.

Постмодерна людина частіше і сильніше візуалізує свої сприйняття, ніж людина модерну. Слово в її медіапрактиках поступається зображенню, смислове – візуальному, зміст – формі. Медіасвіт заповнює розважальність. Інфозвага, задовольняючи-породжуючи бажання, працює як просвітницький інструмент, засіб управління свідомістю і чинник соціальної поведінки. Найефективніші в цьому екранні медіа – кіно, телебачення й інтернет. Поеднуючи візуальну інформацію з емоцією, вони апелюють до позасвідомих сфер і беруть під контроль структури свідомості. Завдяки блокуванню роботи лівої півкулі мозку, яка опікується логічними операціями, навіюють і закріплюють проєктовані ідентичності. Як потужний соціоінженерний інструмент працює телесеріал: ненав'язливо транслюючи соціальні знання, він програмує мислення і поведінку. Людина, некритично проживаючи екранні долі, самовідкривається до маніпулятивних вторгнень у власний світ. Телесеріал – формально великий наратив (гранд-наратив) – є продуктом постмодерну: він внутрішньо розщеплений (нелогоцентричний), переглядати його можна з будь-якої серії, іноді – в будь-якій їх черговості.

Загальна особливість постмодерних медіа проявляється у віддаленості мислення від базових цінностей і зосередженні його на тривіальному як соціальній нормі, управлінні ним на основі механізмів тоталітарності. Нашпигований примітивом і банальщиною інфопростір умонтовує у свідомість обивательські стандарти і прив'язані до них ідентичності, робить символами успіху несправжність і гламур, навіює штучні потреби і несамодостатність. Усе це проникає у глибини

самості, атакує ментальні норми та світоглядні позиції, які генерують ідентичність. У такому інфосередовищі людина втрачає автономію – її програмують, використовуючи медіа як засоби промивання мізків. Перенапруження медіаопікою позбавляє її здатності аналізувати медіапотоки і протистояти маніпулятивним сценаріям інформаційної влади (медіакратії), яка, посилюючи себе цифровими технологіями, трансформується в кіберократію.

Висновки. Медіатехнології створюють «проектні спільноти», управляють ідентифікаціями й ідентичностями. Антропологічну картину сучасного суспільства komponують релікти модерну, авангардистські репрезентанти постмодерну і композитні фігури з різним співвідношенням архаїчних та інноваційних властивостей. Модерна і постмодерна ідентичності різняться місцем в історії, світоглядом і базовими комунікаційними моделями. Укоріненість у своєму часі і силюване вживання в нові соціокультурні контексти розривають ідентичність. Вихід із соціокультурних координат пов'язаний із беззпроблемними пошуками нової справжності і свого місця в новій інфокультурі.

Підпорядкований медіасилам постгуманістичний (постмодерний) суб'єкт менше зосереджений на цінностях автентичного буття, ніж людина модерну. Постмодерн неохочий до гуманістичних ціннісних орієнтирів, а в сучасному медіасвіті не вистачає ціннісного компонента. Це – одна із причин екзистенційної розгубленості постмодерної людини і проблем її ідентичності.

Інтенсифікація агресивних медіавпливів підвищує антропну значущість комунікацій, що апелюють до базових структур ідентичності і захищають гуманістичні цінності. У збалансованих суспільствах усі її компоненти гармонізує інтегральна ідентичність, яка платформує політичну націю. Слабкість інтегральної ідентичності нагромаджує енергію індивідуальних екзистенційних розривів. Приписаним до олігархії медіа цілісна інтегральна ідентичність не вигідна, тому вони не шукають сучасних інтегровувальних символів, нав'язують соціуму спекулятивні орієнтири.

Сучасну Україну виснажують розриви і пустоти національної ідентичності, історично породжені запізненим опануванням її людністю абетковим письмом, а також насильницьким відстороненням від націотворення в епоху модерну. Тому в ідентифікаційних процесах простежуються акценти на архаїчних медіумах (вишиванка як логографічне письмо), виправленні медіапомилки минулого (відхід від монументальних символів тоталітаризму – артефактів предметного письма), зацікавлення автентичним (документальні, літературно-художні видання краєзнавчої і родинної тематич-



ної зосередженості) і вrostання в постмодерну медіасистему. Крім проблемних історичних нагромаджень, становлення інтегрованої ідентичності українства стримують наслідки нав'язування ідеї

цивілізаційного розлому і намагань розвести його на різні культурні береги. Країні не вистачає консенсусного медіадискурсу, спроможного подолати одномірні (антагоністичні) субідентичності.

Джерела і література

1. *Идентичности и ценности в эпоху глобализации* / под. ред. Ю. Н. Пахомова, Ю. В. Павленко. – К. : Наукова думка, 2013. – 604 с.
2. *Фридман Томас Л.* Лексус і оливкове дерево / Томас Л. Фридман ; [пер. з англ. Мар'яни Прокopenко, Романа Скакуна] // І: незалежний культурологічний журнал. – Львів, 2002. – 626 с.
3. *Почепцов Г.* Контроль над розумом / Г. Г. Почепцов. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2012. – 350 с.
4. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 264 с.
5. *Почепцов Г.* Від Facebooku і гламуру до Wikileaks: медіа комунікації / Г. Г. Почепцов. – Спадщина, 2012. – 464 с.
6. *Почепцов Г.* Мерлін, Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі / Г. Г. Почепцов. – К. : Спадщина, 2013. – 288 с.
7. *Еріксен Т. Г.* Тиранія моменту: швидкий і повільний час в інформаційну добу / Т. Г. Еріксен ; [пер. з англ. В. Дмитрука]. – Львів : Кальварія, 2004. – 184 с.
8. *Бауман Зигмунд.* Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / Зигмунд Бауман ; пер. з англ. І. Андрущенко ; за наук. ред. М. Винницького. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 109 с.
9. *Глобальні модерності* / за ред. М. Фезерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона ; пер. англ. Т. Цимбала. – К. : Ніка-Центр, 2008. – 400 с.
10. *Ваттимо Дж.* Призрачное общество / Джанни Ваттимо ; [пер. с англ. Дм. Новикова]. – М. : Узд. Логос, 2002. – 128 с.
11. *Ленем Р.* Електронне слово: Демократія, технологія та мистецтво / Ричард Ленем ; [пер. з англ. А. Галушка]. – К. : Ніка-Центр, 2005. – 376 с.

Reference list

1. *Identichnosti i cennosti v jepohu globalizacii* / pod. red. Ju. N. Pahomova, Ju. V. Pavlenko. – K. : Naukova dumka, 2013. – 604 s.
2. *Fridman Tomas L.* Leksus i olyvkove derevo / Tomas L. Fridman; [per. z anhl. Mar'iany Prokopenko, Romana Skakuna] // I: nezaleznyi kulturologichnyi zhurnal. – Lviv, 2002. – 626 s.
3. *Pocheptsov H.* Kontrol nad rozumom / H. H. Pocheptsov. – K. : Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2012. – 350 s.
4. *Kastel's M.* Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura / M. Kastel's. – M. : GU VShE, 2000. – 264 s.
5. *Pocheptsov H.* Vid Facebooku i hlamuru do Wikileaks: media komunikatsii / H. H. Pocheptsov. – Spadshchyna, 2012. – 464 s.
6. *Pocheptsov H.* Merlin, Superman i Harri Potter: konstruiuvannya nematerialnoho v masovii kulturi / H. H. Pocheptsov. – K. : Spadshchyna, 2013. – 288 s.
7. *Eriksen T. H.* Tyraniia momentu: shvydkyi i povilnyi chas v informatsiinu dobu / T. H. Eriksen; [per. z anhl. V. Dmytruka]. – Lviv : Kalvariia, 2004. – 184 s.
8. *Bauman Zygmund.* Hlobalizatsiia. Naslidky dlia liudyny i suspilstva / Zygmund Bauman; per. z anhl. I. Andrushchenka ; za nauk. red. M. Vynnytskoho. – K. : Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2008. – 109 s.
9. *Hlobalni modernosti* / za red. M. Fezerstouna, S. Leshia, R. Robertsona ; per. anhl. T. Tsymbala. – K. : Nika-Tsentr, 2008. – 400 s.
10. *Vattimo Dzh.* Prizrachnoye obshchestvo / Dzhanni Vattimo; [per. s angl. Dm. Novikova]. – M. : Uz. Logos, 2002. – 128 s.
11. *Lenem R.* Elektronne slovo: Demokratiia, tekhnolohiia ta mystetstvo / Rychard Lenem; [per. z anhl. A. Halushka]. – K. : Nika-Tsentr, 2005. – 376 s.

Подано до редакції 14. 05. 2015 р.

Теремко В. І.

Медиа как фактор постмодерной идентичности личности.

РЕФЕРАТ. В статье раскрыт характер медиавлияний как фактора идентичности личности и их специфика в постмодерном времени.

Основываясь на понятиях переходного дискурса от индустриальной к информационной эпохе, автор характеризует изменения социокультурного ландшафта и стиля жизнедеятельности. Обращает внимание на переориентации постмодерного человека на информационно-виртуальную среду и отхода от базовых форм идентичности с постепенным превращением в информационного кочевника – ненасытного потребителя информации.

Ключевые слова: медиа, медиавлияние, идентичность, постмодерн, виртуальность.