

ДО ПИТАННЯ ІСТОРИЧНОГО РОЗВИТКУ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ

Media сьогодні бере на себе функцію створення соціокультурного середовища сучасної людини. Проте це — суперечливе явище, котре містить у собі як позитивний, так і деструктивний потенціал. Різномічне вивчення поняття медіакультури як чинника, здатного безпосередньо впливати на формування образу реальності у суспільній свідомості, видається важливим питанням сьогодення. Зокрема, особливо актуальним бачиться питання історичного розвитку аудіовізуальної, тобто екранної, медіакультури, що стає сьогодні основним медіасередовищем. В рамках розгляду проблем медіасередовища виникають також питання про ідентифікацію індивіда та конструювання реальності замість її відображення.

Ключові слова: *медіа, медіареальність, медіакультура, медіаінформація, соціокультурний простір, історичний розвиток.*

Today, the media takes on the function of creating the socio-cultural environment of the modern man. However, it is a contradictory phenomenon that carries both positive and destructive potential. A versatile study of the concept of media culture as a factor capable of directly influencing the formation of the image of reality in the public consciousness seems to be an important question today. In particular, the issue of the historical development of audiovisual, that is, on-screen, media culture, which becomes the main media environment, is particularly relevant. In the context of media environment issues, questions also arise about identifying an individual and constructing reality instead of reflecting it.

Keywords: *media, media reality, media culture, media information, socio-cultural space, historical development.*

Медиа сегодня берет на себя функцию создания социокультурной среды современного человека. Тем не менее, это противоречивое явление, которое несет в себе как положительный, так и деструктивный потенциал. Разностороннее изучение понятия медиакультуры как фактора, способного непосредственно влиять на формирование образа реальности в общественном сознании, представляется важным вопросом современности. В частности, особенно актуальным видится вопрос исторического развития аудиовизуальной, то есть экранной, медиакультуры, что становится сегодня основным в медиасреде. В рамках рассмотрения проблем медиасреды возникают также вопросы об идентификации индивида и конструирование реальности вместо ее отражения.

Ключевые слова: *медиа, медиареальность, медиакультура, медиаинформации, соціокультурное пространство, историческое развитие.*

Актуальність теми дослідження. Медіа — важливий аспект соціокультурного поля сучасної людини. Потік медіаінформації проявляє тенденцію до безперервного зростання та розвитку, проникає у всі сфери людського життя, реалізуючи феномен всюдисутності. Поступово це явище бере на себе функцію створення культурного середовища, а також втягує індивіда в процес глобальної творчості. За словами дослідника К. Разлогова, на сьогодні

щодо поняття медіакультури може йтися про інформаційний космос, що стає інтелектуальною опорою для ХХІ століття. [1, 3].

Водночас медіакультура залишається суперечливим явищем, котре здатне формувати антонімічні позиції щодо культурних, мистецьких, моральнісних цінностей тощо. Таким чином, медіаполе містить у собі потенціал деструкції, що може поширитись насамперед на духовні та моральні сфери людського існування.

Втім, основні функції сучасної медіакультури — позитивні. За І. Челишевою, це — інформаційна, комунікативна, нормативна (ідеологічна), релаксаційна, креативна, інтеграційна, посередницька [2, 28]. Усі ці функції визначаються дослідницею як такі, що тісно пов'язані із сучасним розвитком суспільства, визначають його соціальний, культурний та духовний розвиток.

Аналіз досліджень і публікацій. Сьогодні проблеми медіакультури — розлога галузь, що привертає увагу дослідників. З'являються нові теоретичні концепції та підходи до вивчення окресленої проблематики. Важливу роль у дослідженні різних аспектів медіакультури та формування фундаменту сучасного розуміння медіареальності відіграють дослідження В. Беньяміна, Ж. Бодрійяра, М. Маклюєна, Г. Маркузе, З. Кракауєра, О. Астаф'євої, О. Баранова, В. Возчикова, Я. Засурского, Н. Кириллової, А. Костіної, К. Разлогова, В. Савчука, К. Тарасова, Л. Когана, Ю. Усова, А. Федорова, Н. Хренова, М. Ямпольського, І. Челишевої та інших. Вказані автори проводили дослідження, котрі сприяли виявленню основних закономірностей та ключових тенденцій розвитку.

Різноманітні теоретичні концепції мас-медіа, що вивчають поняття медійної реальності та її репрезентацію, зокрема і розгорнуті дослідження теорії комунікації, наявні у працях Г. Бакулева, М. Василика, Ж. Ніколаєвої та ін.

Окремі аспекти проблем медіареальності розглядаються в працях П. Вірільо, Ж. Дельоза, Ж. Дерріди, Н. Лумана, М. Маклюєна, М. Фуко, В. Конєва, О. Кузнєцової, С. Лішаєва. Також ці питання входять у поле уваги українських дослідників, зокрема В. Головей, М. Журби, Н. Зражевської, В. Ільганаєвої, В. Ісаєва, Т. Лугуценко, М. Мазоренко, Д. Петренка, Б. Потятинника, Л. Стародубцевої, Г. Чміль й ін.

Постановка проблеми. Всебічне вивчення поняття медіакультури як чинника, здатного безпосередньо впливати на формування образу реальності у суспільній свідомості, видається нам важливим питанням сьогодення. Зокрема, особливо актуальним бачиться питання історичного розвитку аудіовізуальної, тобто екранної, медіакультури, що нині стає основним медіасередовищем. Вона набуває статусу «нової комунікативної парадигми, що доповнює традиційні форми спілкування між людьми — культуру безпосереднього спілкування і культуру письмову (книжну)» [1, 7].

Відповідно, *мета* нашої праці — розглянути історичні аспекти виникнення та розвитку медіакультури і висвітлити питання її взаємодії з реальністю на різних етапах існування.

Виклад основного матеріалу. Виникнення нового покоління медіакультури тісно пов'язане із розвитком технічних можливостей. І справді, настання епохи інформаційного суспільства знаменує певні зміни в культурно-мистецькому середовищі. Сучасні дослідники мають справу з переосмисленням естетичних усталених основ.

Початком нової парадигми сприйняття вважається наукова праця В. Беньяміна «Витвір мистецтва в добу своєї технічної відтворюваності» [3]. Вчений у своїх наукових працях ставить питання про розуміння природи твору мистецтва в контексті нового суспільства і виробничих умов. Його ідеї знаходять відображення у подальшому розвитку теоретичних підходів до розуміння особливостей сучасних мистецтв.

В. Беньямін доводив, що витвори мистецтва на сучасному етапі гублять свою «душу», неповторну «ауру». Це розвиває тенденцію масовості у виробництві та поширенні витворів мистецтва. Естетичні особливості творчості відтепер переходять у площину технічного забезпечення. А масовість підштовхує до переформатування головного потенціалу творчості в інструмент політичного впливу.

Також поширення комп'ютерних та інтернет-технологій сприяє розвитку глобалізаційно-інформаційних процесів. Це, в свою чергу, породжує виникнення проблем у естетичному розумінні й відкриває пошуки нових категорій естетики, котрі потребують аналізу. В таких умовах з'являється поняття «естетичної легітимності» щодо нової технічно-художньої форми [3, 40].

Першим дітищем сімейства техногенних мистецтв стала фотографія. Це — перший крок на шляху до створення візуальної медійної реальності.

Вплив появи фотографії на долю світової художньої культури можна трактувати двояко. Фотографічне репродукування сприяло обезціненню всіх традиційних естетичних цінностей. Стали спірними такі фактори, як унікальність твору мистецтва, створення «образу людини» як вищої мети художньої творчості, на першому плані постала проблема споживання мистецтва тощо. Проте фотографічне репродукування стало засобом «оновлення людства», тому що змінило соціальну функцію мистецтва [4, 130].

Офіційною датою винайдення фотографії вважається 1839 р. Цей момент пов'язують з іменем французького вченого Ж.Л. Дагерра. Йому належить публікація, що описувала метод отримання малюнка на мідній пластині, покритій срібним напиленням. Проведений Ж.Л. Дагерром дослід передбачав тримання пластини в темній кімнаті й утримування

її над парами нагрітої ртуті, як закріплювач використовувалася кухонна сіль. [5, 54].

З. Кракауер відзначає, що з появою дагеротипії «мислячі люди прекрасно зрозуміли специфіку нового мистецтва — вони одностайно визначили її як неперевершену здатність фотокамери зафіксувати і видно (або потенційно видно) розкрити фізичну реальність [6, 25]. Тобто у винайденні та поширенні нової технології практично відразу вбачають можливість дзеркального відображення реальності.

Впродовж доволі тривалого часу головним принципом у побудові фотографії залишався принцип візуального синкретизму, що проявлявся в прагненні до академізму та театралізації постановки. З розвитком технологій зйомки домінантним стало визнаватися власне бачення фотографа і те, як він застосовує виражальні засоби. При цьому максимальна схожість із об'єктом зображення відсувається на дальній план. Таким чином, технічність перестає відігравати профілюючу роль і фотографія змінює свій статус технічного винаходу на позицію твору медіакультури.

Відповідно фотографія виникла і почала розвиватися й поширюватись як технологія, щоб згодом змінити свою роль та значення для соціуму. Це стало стимулом для подальшого збагачення бази, у тому числі і наукових знань, у галузі медіатехніки. Цьому сприяла і нова можливість, що з'явилась у людини: «фіксації, відображення та збереження віртуальних образів предметів і явищ на фотознімках, а пізніше — й інтерпретування їх до невпізнанності». [2, 66]. Тиражність видимих образів сформувала нове відношення до реальності.

Кінематограф став наступною ланкою у сімействі техногенних мистецтв, котрі сприяли трансформації сприйняття образної реальності.

Першопочатково кіно виникає та функціонує як технічний засіб передачі візуальної інформації. Втім, поступово воно набуває рис, властивих мистецтву, і проявляє себе як явище синтетичне — таке, що об'єднує у собі генотип і традиційних мистецтв, і свого попередника — фотографії. Отож небагато часу знадобилося для того, щоб кінематограф, замість того, щоб просто відтворювати реальність на екрані, став трансформувати її для досягнення художньої мети.

Про здатність кінематографа не просто відтворювати довколишній світ, а й передавати множинність смислів, пише ще З. Кракауер: «зі всіх наявних засобів виразності лише кіно відображає природу, як у дзеркалі. Тому лише фільми можуть показати нам зображення видовища, котре призвело би нас до завмирання, якби ми зіштовхнулись з ним у реальному житті. Кіноекран і є відполірований

щит Афіни. Втім, це не все, що говорить нам міф про Горгону-Медузу. Він також наводить нас на думку, що зображення на екрані чи на щиті є лише засобом досягнення якоїсь мети; вони мають дати глядачеві можливість, і якщо трактувати ширше, то і підштовхнути його обезголовити відображених у них чудовиськ». [6, 382].

Таким чином, науковець натякає на те, що кінематограф пропонує реципієнтові свій варіант прочитання реальності.

Наразі кінематограф визнаний важливою складовою частиною сучасної медіакультури. Це зумовлено багатьма причинами, і зокрема дедалі сильнішим впливом на соціалізацію людини, тобто її приєднання до культурних традицій і цінностей сучасної епохи. Кінематограф став важливим засобом «трансляції норм, звичаїв, традицій і цінностей, що становлять основу як окремих культурних співтовариств, так і масової культури». [1, 7].

Зміни у часі та просторі екранного твору, започатковані монтажем, спецефекти, що дають змогу до непізнаності трансформувати візуальний образ, — це не межа для екранного перетворення реальності.

З розвитком телебачення та цифрових технологій посилюється феномен інтерактивності, котрий передбачає надавання глядачеві можливості стати учасником процесу трансформації реальності засобами медіа. Вважається, що саме поява телебачення спричинила становлення медіареальності як соціально-культурного феномену, а саме трансляція ним образів на будь-які відстані й, відповідно, зміни уявлень про сприйняття світу.

Досвід, що його дає сучасному глядачеві екранна медійна реальність, зумовлює його уявлення про довколишній світ. У кожного складається певна картина світу у вигляді багатообразної ментальної моделі. При створенні такої проєкції медіасвіту реальне підґрунтя відсутнє, тому людина звертається до образів-симулякрів. Відповідно, «медіареальність представляє собою семіотичну модель, причому структура й її якісні характеристики залежать від багатьох факторів — особистого досвіду, рівня сприйняття, емоційного стану і т. д. Тоді можна припустити, що ця власне індивідуальна модель має безперервно динамічний характер, здатна до трансформації» [2, 44].

Саме шляхом медіакомунікації, насамперед телевізійної, у свідомості реципієнта будуються структурні схеми взаємозв'язків, що визначають його судження та життєву позицію. Однак «замість того, щоб <...> відображати якісь зовнішні події, телебачення перетворилось в реальність, з якою порівнюють навколишній світ. Світ, як його бачать

ЗМІ, став для багатьох людей реальнішим, аніж саме життя» [7, 16].

Медіа бере на себе функцію створення культурного середовища. Причому така штучно утворена, сконструйована дійсність часто видається більш справжньою, аніж довколишній світ. Власне, проблема відтворення реальності стає одним з основних питань розвитку сучасного медіапростору. За І. Челишевою, «прагнення мас-медіа репрезентувати медіареальність як реальні події, що-відбуваються-насправді, виступило важливою передумовою виникнення так званого "реального телебачення" і знайшло вираження на різних етапах розвитку медіаіндустрії» [2, 79].

Також вплив медіа призводить до того, що людина перестає адекватно сприймати свої межі існування. Вони розширюються, адже завдяки медіа кожен може взяти більш чи менш безпосередню участь у події в різних куточках світу.

Однак через це на передній план виступає також проблема власної ідентичності: людина губиться серед потоку інформації: «В умовах медіа-реальності виникають нові (віртуальні) спільноти, які, долаючи простір і час, зближують людей із найвіддаленіших куточків земної кулі. Яскравим прикладом таких процесів є сучасні соціальні мережі з можливістю розширення простору й трансформації часу особистості, набуття нових моделей і механізмів ідентичності, зміни способів самопрезентації та побудови іміджу, створення специфічних способів комунікації з історичним, соціальним й індивідуальним минулим, збагачення механізмів організації пам'яті. На сучасному етапі дослідники висувають припущення про формування нового типу ідентичності — «мережевої ідентичності», у структурі якої важливим є особистісний аспект. З одного боку, людина конструє свою самість у вимірі сучасної медіа-реальності, з іншого — відбувається руйнування ідентичності». [8, 54].

Отже інформаційний простір медіакультури сьогодні представлений різноспрямованими дискурсами, що безпосередньо мають вплив на систему цінностей і по суті являють собою версії медіареальності. Остання, виступаючи як продукт і результат функціонування медіакультури, визначається характером взаємодії медіа з індивідом. Відтворення реальності базується не на відображенні, а на продукуванні власних подій, фактів. Це спричиняє зміну структури організації інформації.

Висновки. Формування сучасної медійної культури бере свій початок від винайдення фотографії та кінематографа. Розвиток цих явищ як технологій та нарощення ними естетичного потенціалу створило

підґрунтя для виникнення телебачення і «діджитал арт», причому розвиток відбувається в напрямку нарощення потенціалу інтерактивності.

Поява техногенних мистецтв дала змогу людині вступити у нову — іконічну — еру медіакультури. З розвитком медіамистецтв з'явилися і специфічні виразні засоби. Сьогодні медіакультура має широкі можливості для представлення медіареальності. Технології, що мали слугувати засобами копіювання реальності, стали її трансформувати. Відповідно до подальшого технічного прогресу, техногенні мистецтва присвоюють собі нові функції, суттєво розширюючи можливості конструювання навколишнього світу.

Джерела та література

1. Разлогов К. Экранный гипертекст. Экранная культура в современном медиапространстве: методология, технология, практики / под ред. Н. Б. Кирилловой, К. Э. Разлогова и др. Москва–Екатеринбург : ИПП «Уральский рабочий», 2006. 288 с. С. 8–14.
2. Чельшева И. Социокультурное поле медиа: реальность, коммуникация, человек. Москва : МОО «Информация для всех», 2016. 178 с.
3. Беньямин В. Краткая история фотографии. *Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе*. Москва: Медимум, 1996. С. 66–91.
4. Савчук В. Философия фотографии. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУ, 2010. 256 с.
5. Бабкин Е. В. Фото и видео: Справочник. Москва : 1995. 675 с.
6. Кракауэр З. Природа фильма. Реабилитация физической реальности. Москва : Искусство, 1974. 390 с.
7. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. 4-е международное издание. СПб. : ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, НЕВА — Москва: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. 390 с.
8. Москвич О. Медіа-реальність як сучасний соціокультурний простір. *Соціологічні студії*. 2015. С. 52–56.

References

1. Razlogov, K. (2006). Screen hypertext. Screen culture in the modern media space: methodology, technology, practice (pp. 8-14). Moscow–Ekaterinburg : IPP «Uralskiy rabochiy» [in Russian].
2. Chelysheva, I. (2016). Sociocultural field of media: reality, communication, people. Moscow : MOO «Informatsiya dlya vseh» [in Russian].
3. Benyamin, V. (1996). A brief history of photography. A work of art in the era of its technical reproducibility: selected essays (pp. 66–91). Moscow : Medium [in Russian].
4. Savchuk, V. (2010). Philosophy of photography. St. Petersburg. : I-vo SpbGU [in Russian].
5. Babkin, E. V. (1995). Photo and video: A book of reference. Moscow : 1995 [in Russian].
6. Krakauer, S. (1974). The nature of the film. Rehabilitation of physical reality. Moscow : Iskusstvo [in Russian].
7. Harris, R. The psychology of mass communication. 4th international edition. St. Petersburg : PRAYM-EVROZNAK, NEVA — Moscow: OLMA-PRESS, 2002. [in Russian].
8. Moskvich, O. (2015). Media reality as a contemporary socio-cultural space. *Sotsiologichni studii* (pp. 52-56) [in Ukrainian].