

УДК 130.2: 791.4

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.44.12>

## ДОСВІД ОБРАЗОТВОРЕННЯ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ВИКЛИКАХ ТРАНСМЕДІЙНОСТІ

**Оксана Пушонкова**

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького,  
кафедра філософії та релігієзнавства  
бульв. Шевченка, 81, 18031, м. Черкаси, Україна  
<https://orcid.org/0000-0002-8390-6806>*

**Метою статті** є розкриття контекстів культури трансмедіа у процесах конвергенції, визначення особливостей впливу якої на практики образотворення висвітлює специфічні характеристики ідентичності сучасної людини. **Методологія** роботи передбачає використання системного підходу та таких методів як аксіологічний, компаративний, герменевтичний в осмисленні культуротворчого потенціалу образотворення в умовах трансмедіа. **Наукова новизна** полягає в осмисленні особливостей медіаконвергенції у її впливі на процеси уваги та появи нових практик образотворення, ментальною основою яких є ідентичність «людини, яка обирає» у контексті візуальної культури. **Висновки.** Сучасні візуальні дослідження потребують не лише систематизації, а й комплексного підходу у виявленні особливостей нових режимів бачення, що виникають у форматах нової трансмедійної реальності. Актуальними залишаються дослідження впливу медіа на сприймання, саморефлексію і ціннісний вибір сучасної людини. Концепції «розсіяної уваги» стають комплементарними до новітніх досліджень «розширення» медіа. «Розсіяна увага» як основа творчого пошуку, асимптотичного наближення до образу через низку виборів, формує активну оптику, що сприяє самоорганізації візуального мислення. У сучасних візуальних практиках спостерігаємо певне зниження ролі зору, включення різних модальностей сприймання, що відповідають принципам освоєння сучасної трансмедійної реальності, у якій предметом уваги є «межа» і процеси комунікаційної взаємодії. Тенденція коливання між гібридним ускладненням та спрощенням є настановою до координації візуального досвіду у різнорівневих структурах трансмедіа, практик утворення естетично гармонійного енвайроменту. «Людина, яка обирає» набуває здатності до досягнення часової динаміки архетипів і діахронічних аспектів образотворення. Якщо функцію вибору у первісності обумовлювали міф і ритуал, а в модерні – суспільство споживання, то для людини розвинутих цифрових медіа виникає унікальна можливість будувати власну образну систему. «Людина, яка обирає» має відмовитися від старих схем, ілюзій вибору, обходити маніпулятивні спроби керування увагою. Вихід за межі «примусу» Паноптикону та «спокуси» Синоптикону призведе до розвитку індивідуальної культуротворчості на основі власного відчуття майбутнього.

*Ключові слова:* архаїка, медіафілософія, трансмедіа, досвід образотворення, візуальне мислення, візуальна практика, режими бачення, ідентичність.

**Актуальність теми дослідження.** У добу нових можливостей культури споживання людство продовжує освоювати нову медійну реальність та способи опанування різноманітних медіаформ. Дещо радикальна полярність реального і віртуального світів, що є характерною для попередньої моделі медіа, нівелюється. Увагу зосереджено на процесах взаємоперетворення та межових феноменах, що пов'язано з надзвичайним ускладненням середовища, яке отримує назву полімедійного. Сучасна медіакультура виходить за межі механічного тиражування, вона все частіше включає творчі аспекти: нині кожен

має можливість створити власну образну систему та мову комунікації, обрати інтерактивні засоби. Постсучасні поняття «мультимедіа», «кросмедіа», «трансмедіа» мають певні смислові відтінки, проте усі вони позначають процес медіаконвергенції – формування єдиного медіапростору, у якому поступово відбувається «злиття» змісту різних ЗМІ.

Процес розширення медіа не може не позначитись на досвіді образотворення та ідентичності людини першої третини ХХІ століття. Але цей зв'язок можливо прослідкувати лише через звернення до концепцій дослідників з різним парадигматичним досвідом та рівнем освоєння міждисциплінарних контекстів візуальних та культурантропологічних досліджень. Саме це дає можливість звернутись до засад образотворення в історичних контекстах, визначити особливості візуального мислення в умовах тотальної невизначеності, відсутності усталених зразків для наслідування, актуалізації латентних вимірів чуттєвої культури.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Дослідження сучасних процесів образотворення обумовило необхідність звернення до образу як культурної універсалії, особливостей включення його у повсякденні практики та поширення на семантику культури в цілому. Д. Елкінс, М. Баль, Т. Мітчелл, В. Флюссер, С. Холл та ін. дослідники окреслили нові підходи у тлумаченні образу: як культурної репрезентації та соціального конструкту, як автономного феномену. Звернення до метафори «повороту» («iconic turn») (Г. Бем, Дж. Александер), «pictorial turn» (Т. Мітчелл), «visual turn» (Н. Мірзоефф) дає можливість розглядати сучасні візуальні практики як певну модель досвіду образотворення, рефлексувати зміни у візуальному мисленні людини доби трансмедіа.

Дослідження специфіки сучасних медіа та їх впливу на світосприйняття розкривають свій потенціал через поняття конвергенції культури (Д. Белл), що було поширено на численні медіа-практики (Г. Дженкінс, Ф. Джеймісон). Увагу привертають філософська аналітика «розширення» медіа (М. Маклюен) та механізми утворення та функціонування полімедійної реальності (Д. Міллер, М. Мадіану, А. Хербіг, Ендрю Ф. Херрманн, Адам В. Тім, М. Калка тощо).

Множинність форм медіа призводить до множини різноманітних практик, і це потребує вивчення власне поняття «медіа». Сутнісні підстави образотворення у контексті медіа-археології розкривають Ф. Кіттлер, Д. Креері, Р. Дебре, Х. Інніс, Е. Хухтамо, К. Марвін, З. Алфьорова, К. Батаєва, О. Павлова та ін. Індивідуальні візуальні медіа-практики стають предметом вивчення Е. Юнгера, В. Беньяміна, Г. Бьома, Е. Вестона, Г. Чміль, візуальних антропологів Ж. Руша та К. Янга тощо. У розкритті їх культуротворчого потенціалу уваги потребують окремі міждисциплінарні аспекти та ситуації, коли теорія народжується безпосередньо з практики. Ідеї впливу трансмедіа на сприймання та ідентичність, предтечами яких були розвідки Е. Тоффлера та Г. Дженкінса, присутні у концепціях сучасних дослідників візуальних медіаформ, представників онлайн-журналістики (Л. Гітельман, С. Джонсон, М. Кіндер, Г. Хейсс, Д. Лонг, А. Делвиш, Д. Якобс-Хендерсон та ін.) та філософських рефлексій ідентичності (М. Фуко, З. Бауман, Ж. Ліповецький, М. Маффесоллі та ін.)

**Метою статті** є розкриття контекстів культури трансмедіа у процесах конвергенції, визначення особливостей впливу якої на досвід образотворення висвітлює специфічні характеристики ідентичності сучасної людини.

**Виклад основного матеріалу.** У численних візуальних та культур-антропологічних дослідженнях розвиток медіа в культурі людства завжди межує з вивченням нових можливостей світосприйняття, комунікації та специфіки ідентичності. Поняття «медіа» є доволі широкою універсалією, дослідження якої медіа-археологи розпочинають з часів появи перших зображень. З цієї точки зору фото- і кінокамера є технічними медіа, що назавжди

змінити природний код світосприйняття людини та започаткували більш потужні процеси конвергенції, або розширення медіа.

Ідея конвергенції культури початково належить Д. Беллу, який розумів її як результат розвитку інтелектуальних технологій, що вплинули на технологічні і соціальні процеси та тотально змінили «соціальний ландшафт» [6]. Термін «полімедіа» виникає у 90-х роках ХХ століття у процесах суттєвих змін комунікаційного середовища. Водночас виникає низка термінів: «кросмедіа», «мультимедіа», «трансмедіа», що свідчить не лише про ускладнення структури комунікації, а й про домінування хаотичних процесів у напрямі розширення та геометричної прогресії. Поняття «мультимедіа» як сполучення медіаформ, у яких присутні різні форми тексту: вербальні і візуальні, статичні і динамічні, виникло ще на початку цифрової доби. Медіаконвергенція у соціальних практиках стає процесом розширення медіа, обумовлює появу тих платформ, які не просто тиражують інформацію, а й змінюють можливості і умови її поширення, вдосконалюють пошук аудиторії, способи трансляції через нові цифрові носії. Цей процес носить характер поступового освоєння різних медіа з поглибленням інтерактивності та ефектів присутності. Поняття «кросмедіа» та «трансмедіа» розкривають вже саму динаміку розширення, яку ми прослідковуємо у процесах медіакомунікації.

Трансмедіа вирівнює процеси сприймання, коли одночасно використовується текстова, графічна, аудіо- та відео-інформація, тобто виникає нова референтність, яка розкриває свій потенціал «одночасно з кількома реальностями різного типу та різних рівнів» [1, с. 225]. Візуальне сприймання такої реальності позбавлене будь-яких обмежень. М. Мадіану і Д. Міллер розглядають безліч форм медіа і нові комунікаційні взаємодії як результат «вибуху комунікативних можливостей» [12, с. 1], що надають нові медіа. Повне занурення у медіареальність формує людину, яка змушена себе визначати самостійно, брати на себе відповідальність за власний вибір у творенні комунікаційного простору та його візуально-естетичних характеристик. Це потребує звернення до досвіду образотворення, адже нове сприймання в сучасних динамічних процесах не є канонічно усталеним та чітко визначеним. «Розсіяна увага», як результат «розчинення» у численних медіа, стає основою практик «блокового», «короткозорого» сприймання у форматах «бліп-культури» та «заппінгу», набутого у строкатих медіа досвіду «акваріумної рибки», яка принципово нездатна довго утримувати увагу.

В освоєнні нових медіа досвід людини є схожим з першими практиками людства в освоєнні простору. У проєкції на культуру в цілому – це досвід первісної людини або дитини до трьох років, коли процеси самоусвідомлення лише формуються. Звернемось до ідей футуролога Е. Тоффлера, який у книзі «Третя хвиля» дав влучне визначення цього процесу на момент зародження першої хвилі – «перепакуння простору». Наші предки вели «екстенсивне» існування в плані простору» [4, с. 98], і лише згодом прийшли до ідеї осілості як «радикальної переміни ландшафту» [4, с. 99]. Завдяки важливим характеристикам архаїчного мислення (дифузність, мінливість уваги, мімікрійність тощо) людина освоювала абсолютно непередбачуваний світ, а багате на стимули середовище виступало основою творчих практик.

Первісне мислення позбавлене раціональної зосередженості й фокусу уваги, який задається ціннісними стандартами культури. У проєкції на сучасну медійну культуру можна сказати, що уваги потребують самі процеси уваги, її якісні характеристики, вплив на візуальні практики. Л. Леві-Брюля часто критикували за те, що він принципово не редукував первісне мислення до сучасного і через закон партиципації стверджував наявність «дологічного», виключно контекстуального мислення, що формується через «живі»

енвайроменти та афекти [3]. Візуальна усталеність тут є відносною, адже один і той же предмет можна бачити по-різному внаслідок того, що його може бути включено у різні форми взаємодії і комунікації. Відтак, роль зору тут знижується до мінімуму. Особливо в ситуаціях наближення і злиття, відсутності дистанції для погляду.

За В. Беньяміном у нових технічних медіа природна дистанція зникає. Це змінює картину світу і режими бачення як «пристрасне намагання «наблизити» до себе речі» [7], дозволяє здолати недоступність ауратичного об'єкта, який завжди сприймається на відстані.

Суперечність між оптичним і тактильним, а потім їх жорстке протистояння, розхилюють усталені режими бачення, у яких зникають полярності. Бачення стає процесуальним, розкриває виникнення і становлення образних систем, коли «розважальне розслаблююче мистецтво непомітно перевіряє, якою є здатність рішення нових задач сприймання» [7]. В. Беньямін описує це як «розслаблений стан», в якому є оперття на тактильне сприймання, і в зламні епохи саме воно стає основою формування нового досвіду. Відповідно, з усіх мистецтв – кіно – він називає «прямим інструментом тренування розсіяного сприймання», адже «картина оператора розчленована на множину фрагментів, які потім об'єднуються за новим законом» [7]. Це систематичне «розосередження уваги» стає основою візуального мислення у ХХ– на початку ХХІ століття.

Як це впливає на ідентичність? Протягом ХХ століття ми спостерігаємо, як ідентичність людини поступово втрачає усталені координати («фланер» В. Беньяміна, «одновірна людина» Г. Маркузе, «людина-локатор» Д. Рісмена, «конформна людина» Е. Фромма, «людина-турист» З. Баумана та Е. Тоффлера, «дрейфуюча ідентичність» Гі де Бора тощо). Мімікрійні процеси зачіпають майже усі сфери буття людини. Саме тому певною формою усталеності стає повторення, яке є основою збереження старої і утворення нової традиції. Але чи формується надскладними медіа нова традиція?

В. Беньямін попереджав, що з розвитком технологій долається «унікальність будь-якої даності через прийняття її репродукції» [7]. Про подібний досвід у контексті маскульту згадує також Ф. Джеймісон. Він робить висновок, що розфокусування зору виникає внаслідок відсутності усталеного об'єкта, а «повторення ефективно випаровує першопочатковий об'єкт» [9, с. 26]. Автор вбачає у цьому регресію як художника, так і «атомізованої» або «серійної» публіки [9, с. 25]. У світі цих симуляцій-повторень уможливорюються маніпуляції з увагою людини, адже «механізми відволікання уваги і деградації поза сумнівом діють в масовій культурі і ЗМІ» [9, с. 34]. Навмисне переключення уваги та «промивання мозку» стає основою для «хибної свідомості» і штучної ідентичності. Проте опір технологіям «відволікання уваги» можливий як «трансформаційна робота над соціальними і політичними тривогами» [9, с. 34], яку автор розглядає на прикладі мистецтва кіно, спираючись на психоаналітичну концепцію травми. В кіносюжетах, в яких так або інакше мерехтить історичний контекст, відтворюється візуальний досвід і колективність теперішнього. За Ф. Джеймісоном, вона є опором маскульту і присутня в кіноархетипах. Увага до колективного досвіду (народної культури або маргінальної) створює умови достовірності ідентифікації, яка втрачає поверхневий характер і тенденцію до мімікрійного розчинення. Це повернення здатності керувати власною увагою на основі розширення смислових контекстів, включення роботи мислення і пам'яті, вміння працювати з «наскрізними» образами, які транслуються крізь історію за діахронічним принципом. Повторення тут виступає як реінтерпретація одного й того ж образу в історичному часі та передбачає більш складну структуру сприймання.

Проте у первісних практиках, проєкції яких присутні у сучасній медіаконвергенції, людина вчиться лише накопичувати образи. При цьому обсяг пам'яті у первісності,

за Е. Тоффлером, був необмежений, адже носієм пам'яті була сама людина. Суспільна пам'ять «постійно освіжалася, розбуркувалася, збагачувалася та щось втрачала, вона була активною і динамічною. У найбільш буквальному значенні вона була живою» [4, с. 159]. У зв'язку зі стрибком в інфосферу пам'ять стає знов «екстенсивною і активною» [4, с. 160], адже комп'ютер створює нові умови для культурного синтезу, що є своєрідним засобом «відновлення розбитої на уламки культури» [4, с. 158].

Дослідник-футуролог мріє про розумове середовище, яке здатне змінювати роботу нашого мозку в напрямі творчої реалізації. Він вважає, що співучасть дає можливість створювати кожному свій унікальний контент і проявляти творчість на платформах, де кожен є режисером, оператором і актором. Проте це не завжди так. Доба широкомовного телебачення залишилася у минулому. Новини тепер завжди у доступі, є можливим їх перегляд у будь-який час, повторний перегляд, швидкий перегляд – ці практики споживання нівелюють уважне читання. Посилюється естетично розважальний аспект. Обсяг візуального архіву, що невинно збільшується у геометричній прогресії, обумовлює «необхідність прискорення переглядання у багатофокусному полі бачення» [1, с. 183]. У зв'язку з цим збільшується щільність образів та їх візуальна інтенсивність. З одного боку, можливість переглядання створює ілюзію «всебачення» й прозорості Інтернету, з іншого – візуальне стає непроникним для погляду, частково видимим внаслідок швидкого «перелистування» та змін енвайроментів. «Кліпове мислення» (Е. Тоффлер), «заппінг», що поєднує споглядання і переглядання (Гі Де Бор) стають практиками компонування первинних елементів або фрагментів екранного середовища, при цьому це відбувається пасивно, внаслідок чого формується поверхнева форма сприймання, «ковзання поверхнею», ігнорування.

В дослідженнях сучасної онлайн-журналістики присутні ідеї розвитку нових колективних медійних практик. Мультимедійний сторітеллінг доповнюється трансмедійним сторітеллінгом (transmedia storytelling), з'являються нові форми виробництва медіаконтенту, у якому має місце культура співучасті (participatory culture). Г. Дженкінс у своїй концепції культурної конвергенції (2006) позначає цю нову ситуацію як «свого роду культурний зсув, що передбачає активне залучення споживачів у пошук нової інформації» [11, с. 29]. В зв'язку з її невинним поширенням ніхто не здатний знати усе, кожен знає лише певну частину, але «ми можемо ділитися фрагментами наших знань, поєднувати наші ресурси і спільно використовувати наші здібності» [11, с. 30]. Такого роду колективний інтелект «можна розглядати як альтернативне джерело медіаенергії» [4, с. 30].

Особливий інтерес викликають міркування філософа стосовно змін у сприйнятті від Телебачення до Інтернету (2013) [10]. Трансмедійний простір постреальності та гіперральності є динамічним і активним, виступає як комунікаційне поле, яке вкрай перенасичене образами. Якщо в добу Телебачення йшлося про «прилипливе» сприймання, то зараз як про «таке, що розтікається» [10]. A Spreadable Media (поширювані медіа) – це спроба охопити думкою процеси у сучасному просторі медіа, зокрема «прилипливості» і «розтікання» контенту, що потребує вивчення процесів уваги людини, умов зосередження на певній інформації та умов переключення на інші джерела. Актуальними стають питання способів її розповсюдження, що носить часто непередбачуваний характер. Приклади форм онлайн-активізму та новітніх мистецьких практик ілюструють зміни, які потребують культурфілософської оцінки. Як можна контролювати поширення медіа? «Прилипливість» як основа широкомовного телебачення певною мірою контролювалася, адже було забезпечено обмежений кількістю каналів діапазон для вибору. Модель «розтікання» і «поширення» Г. Дженкінс розглядає з точки зору нових бізнес моделей і функціонування транснаціональних потоків. Сучасні трансмедійні патерни образів сприймаються як складні візуальні

синкрети та гібридизовані образи. Джерелами гібридизації є «поєднання двох (або кількох) патернів бачення, а відтак – «зразків» майбутніх образних структур в пошуках «новітньої ілюзорності» зображення» [1, с. 166]. Проте ідеї спрощення і тяжіння до «хорошого гештальту», є конструктивними у створенні умов для абсолютно нової творчості, в основі якої – активність візуального мислення.

Отже, у добу Інтернету виникають візуальні системи нового типу, які руйнують класичні форми сприймання внаслідок невпинного помноження образів, але й також встановлюють новий гармонійно узгоджений порядок глядацького сприймання. Сприяти його самоорганізації може лише активна оптика, розвинуте візуальне мислення. Новітні візуальні системи актуалізують видимість, у якій через систему «візуальних натяків» та асоціації асимптотично відбувається наближення до більш усталеного образу. Приміром, це вибір з численних репродукцій образу однієї найкращої.

Увага має ознаку – зосередження, фокусування. Але увага як процес стає процесом пошуком образу. І ця стратегія є дієвою у формуванні власної системи образів на основі інтуїтивно-творчого вибору. Якщо порівнювати моделі сприймання доби телекомунікації і Інтернет-практик, то перша відповідає «примусу» Паноптикону, а друга – «спокусі» Синоптикону. Паноптикон (І. Бентам, М. Фуко) змушує поставити у залежність фіксований погляд. У невпинному поширенні контенту присутня принципово більша свобода вибору. Ілюзія цього вибору здавалася б є очевидною і можливо наша увага скеровується на більш тонкому рівні медійної спокуси. Проте Синоптикон (Т. Матісен, З. Бауман) генерує також можливість усвідомленого вибору, на відміну від прихованого «примусу» Паноптикона.

Відтак, вперше створюється корпоративна онлайн-культура, в якій формуються нові стандарти сприймання і вибору. «Розсіяне сприймання» як асимптотична стратегія наближення до образу є формулою творчої свободи, з якої народжується вибір (коли з великої кількості варіантів ми обираємо найкращий). Не лише логіка і інтерпретація, а емоційне переживання простору присутності є основою вибору та його екзистенційних вимірів. Це стає основою нового типу ідентичності – «людина, яка обирає».

Цей концепт використав у праці «Плинина сучасність» (2000) З. Бауман. Він розуміє мінливість культури не просто як перехід на наступний щабель розвитку, а як абсолютно новий і незнайомий нам світ, який виникає перед нами окремими фрагментами. Філософ розкриває сутність «людини, яка обирає» як своєрідну мімікрію до мінливої реальності, як продукт культури бажань і суспільства споживання. З. Бауман впевнений, що діяльність людини у глобалізованому світі сформована на кшталт покупки товарів, тому у параграфі «Вільний купувати чи так здається» він схиляється до відповіді «здається», адже немає свободи вибору без поставки товарів. Споживацький вибір тепер став цінністю сам по собі, заохочується бажання, а не його задоволення». З. Бауман наголошує на складності нового універсуму, що організовано за непередбаченими колізіями «ефекту метелика». Він пов'язує бажане виключно з культурою Синоптикона, зі «спокусами» телеекрану, який транслює образи бажаного життя. Ідентичність також стає своєрідним товаром, який можна обрати та поміняти. Ідентичності сучасної людини внутрішньо нефіксовані і мінливі, тому важливою стає «здатність «розбиратися» в супермаркеті ідентичностей» [5, с. 83]. Тут можна обирати ідентичність і триматися за неї скільки завгодно, «це стає королівським шляхом до здійснення фантазій ідентичності» [5, с. 83]. «Людина, яка обирає» за З. Бауманом прагне відчути хоча б на мить щастя свободи вибору, але пов'язується він зі споживацьким типом свідомості. В свободі самоідентифікації філософ вбачає загрозливу силу, яка може спричинити «жорстку конкуренцію, а не уніфікацію умов життя людей для розвитку співпраці і солідарності» [5, с. 90].

В трансмедійній реальності людина опиняється усередині величезного енвайроменту, в якому стає можливим вибір, як екзистенційна практика свободи, якою людина вчиться користуватися в абсолютно нових умовах. У розумінні З. Баумана йдеться скоріш про ілюзію вибору. Його уявлення про «людину, що обирає» має більшу схожість з «соціальним характером» Е. Фромма та його концепцією конформістської людини. Проте зауважимо, що таке тлумачення ідентичності було характерним для середини ХХ століття, часу протестних контр-культур, коли людина, будучи позбавлена вибору, мала задовольнятися лише його сурогатами у контексті маскульту. У процесах плінної сучасності ми маємо справу з різнорівневими процесами й вчимося обирати за принципами освоєння нового світу (як це роблять діти), або ми залишаємось у парадигмі обтяжених репрезентаціями практик, коли локус контролю вибору переважно знаходиться ззовні.

Здатність вибору невпинно апробується у надскладних медійних формах. Ще у первісному образотворенні бачимо дві тенденції – до спрощення і ускладнення. З цими практиками пов'язана «твіттеризація медіа» [13], комунікаційна «кліповість», що наголошує на складності гібридизованих об'єктів і презентації динамічного процесу їх змін. Трансмедійні сторітеллінги та лонгриди у термінах сучасної онлайн-журналістики (С. Джекобсон, Дж. Маріно, Т. Воган, Д. Доулінг та ін.), започатковують нові традиції. Лонгрид, як гібридизована форма, може включати фото- і відеоматеріали, аудіо-цитати, текстові посилання, які відтворюють ефект присутності через включення різних медіа. Лонгрид поєднує синхронію і діахронію, образ і його історію, його можна оформити в серії і через це пропонувати до осмислення складні наскрізні ідеї і концепти. Ці тексти не є хаотичними, їм притаманна внутрішня логіка. Вони не мають ієрархії і є нелінійними, лабіринтоподібними структурами.

Ідея трансмедіа – це не просто розширення систем, а поєднання різних за способом подачі інформації медіа, які мають створити своєрідний енвайромент. Звісно, не будь-яке поєднання медіа є трансмедіа. Важливим є доповнення і розширення, мета яких – утримати увагу, поглибити сприймання. Сьогодні трансмедіа поєднує онлайн і офлайн режими, набуваючи певної тотальності і «всюдисущості». Це створює нову настанову в дослідженнях масових культурних феноменів.

Так, сучасні франшизи виходять далеко за межі таких медіа як книги, комікси, книги, театр, кіно, живопис, іграшки, сувенірна продукція, реклама, впроваджують медіа-образи у реальне життя, повсякденність і мистецтво. Це обумовлює ефект фасцинації, присутності образу в гібридизованих енвайроментах. Проте викликають зацікавлення не самі локальні образи, а їх функціонування «на межі», зв'язки між персонажами, їх перебування в різних медіа-ситуаціях, куди вони можуть бути переміщені уявою автора у лабіринтах-сценаріях. Так, персонаж Шерлока Холмса у сучасному кіно і серіалах діє у різних історичних і смислових контекстах, в яких допускається навіть зміна статі персонажа. Різні історичні умови для відтворення образів, тим не менш, не «розчинюють» базові ознаки героя, зберігаючи його суто архетипічні риси, окреслені першоджерелом А. Конан-Дойла. Ще один приклад. Образ Дракули Б. Стокера пройшов через численні екранізації, будучи включеним у процес образної трансформації в різних історичних і національних контекстах. Так, ще у німому кіно він резонує з образами Голема («Голем»), Носферато («Носферато»), Чезаре («Кабінет доктора Калігарі») тощо. Вивчення цих наскрізних мотивів і паралелей свідчить про розвиток візуального аналогового мислення, як асимптотичного наближення через різноманітні реінтерпретації втілення зла до архетипу страшного монстра, здатного захопити світ, індукувати його злом і знищити. Не випадково, поява цих образів вважалася багатьма кінокритиками колективною інтуїцією вселенського зла в обличчі фашизму та тотальної загрози для людства.

Частина візуального поля сучасної культури сповнена образами, які вирізняє принцип новизна. Готовий візуальний образ, як симулякр («образ без подоби»), який є по суті псевдообразом, набуває достовірності внаслідок своєї технологічності і він існує лише у презентизмі теперішнього. При цьому можуть виникати візуальні аналогії не стільки з минулим, скільки з майбутнім. З тим, що може з'явитися за певних умов. Цей діахронний принцип у практиках образотворення включає категорію часу в умовах «кризи майбутнього». Так, ідея часового розгортання архетипу у К. Юнга і С. Кримського відкриває невідоме. Останній визначав архетипи як «культуру попереду нас» [2, с. 305], маючи на увазі механізм проєкції архетипу не лише у минуле, а й у майбутнє.

Нова трансмедійна реальність потребує для свого первинного освоєння незаангажованого історією візуального мислення, проте знання історії дає можливості орієнтації в потоках інформації та вибору ступеню заглиблення для «людини, що обирає».

Амбівалентність і суперечності вибору в нових медіакомунікаціях стають предметом соціальної антропології М. Мадіану і Д. Міллера. Вони спробували дослідити особливості медійної комунікації матерів і дітей з Філіппін у просторі ментально чужої лондонської культури, щоб виявити характер опосередкованості медіакомунікацій людськими відносинами і цінностями. Адже вибір в цій умовній ситуації не залежить від характеристик самих медіа, а виключно від цінностей відносин і самої комунікативної ситуації. Емоційні резонанси, які виникли в цих ситуаціях, ще раз демонструють нові можливості олюднення медіапросторів у виборах, які вибудовують суб'єктивність людини. М. Калка звертає увагу на залежність уявлення людини про себе від технологічних інструментів, які дають можливість апробувати різні форми авторства у медійних проєктах, що орієнтовано на певну аудиторію. Саме тут ідентичність виступає «фрагментарно і цілісно водночас», адже ці авторські локації є «лише складовими частинами цілого, яким є наше Я» [8, с. 25]. Дослідниця зауважує, що форми авторства постійно змінюють свою форму, тобто оновлюються, а відтак, людина обирає практики на основі постійної переоцінки оригінальності думок, почуттів, естетичних уподобань. Варто додати, що цей процес може носити як імпульсивний характер, так і тривалий. Відомо, що меми, як фольклорна форма, розповсюджуються виключно за емоційним резонансом на певних «сплесках» уваги.

Як тенденцію розвитку процесів уваги від умовного «нуля» спостерігаємо утривалення коротких форм (коміксів, мемів, гіфок) на більш тривалі. Нові форми не є окремими фрагментами та візуальними коментарями, вони вже виступають як розгалужені сценарії (наприклад, лонгріді та сторітеллінги, відео ТікТок тощо). Інше питання у змістовній якості цієї продукції. Проте це символічне повернення практики творення індивідуальної історії, інтерес до повторення як низки різноманітних реінтерпретацій, до діахронних образів, що проходять крізь історію. Більш «продумані» проєкти свідчать про намагання утримати увагу саме за рахунок системності і глибини. Вони не пропонують «готову форму», а стають основою ідентифікаційного пошуку і творчості, презентують перманентні стани медіаформ та їх взаємодії, у яких людина розгортає своє Я, що триває у часі. Таке авторське проєктування відбувається на основі усвідомленого вибору. Саме вивчення практик стає дієвим у формуванні теорії і нової мови опису цього досвіду. Ці нові форми візуальної творчості часто є колективними, вони є комунікативними за своєю природою.

Соціальна й культурна активність окремої людини стає можливою в просторі співучасті та співпричетності. Доцільним є вивчення ідеї партиципації в контексті сучасного соціуму – як ідеї переходу від споживання до виробництва, до практик самостійного творення культурних смислів (Г. Дженкінс). Подальшого дослідження потребують стратегії



колективного відтворення сакральних образів та образотворення як результату колективної синергії.

**Висновки.** Сучасні візуальні дослідження потребують не лише систематизації, а й комплексного підходу у виявленні особливостей нових режимів бачення, що виникають у форматах нової трансмедійної реальності.

Увага стає предметом дослідження у контексті візуальних досліджень, адже сьогодні людині все важче її утримувати. З «прилипливого» сприймання телеглядача, суб'єкта сприймання недалекого минулого, відбувся перехід до «розширення медіа» та втрати «фокусу», що призвело до «розтікання сприймання».

Концепції «розсіяної уваги» стають комплементарними до новітніх досліджень «розширення» медіа у процесах медіаконвергенції. Вони резонують також з розвідками ідентичності, головною вимогою до невизначеності, мімікрійності і мінливості якої стає спроможність до вибору.

Якщо функцію вибору у первісності обумовлювали міф і ритуал, а в модерні – суспільство споживання, то для людини розвинутих цифрових медіа виникає унікальна можливість свободи у величезному енвайронменті трансмедіа. «Людина, яка обирає» має відмовитися від старих схем, ілюзій вибору, обходити маніпулятивні спроби керування увагою. Вихід за межі «примусу» Паноптикону та «спокуси» Синоптикону призведе до непередбачуваних колізій розвитку культуротворчості, позбавленої схематизму та здатної творити світ на основі власного відчуття майбутнього.

«Розсіяна увага» як основа творчого пошуку, асимптотичного наближення до образу через низку виборів, формує активну оптику, що сприяє самоорганізації візуального мислення. У сучасних візуальних практиках спостерігаємо певне зниження ролі зору, невпинні зміни «фокусу», включення різних модальностей сприймання, що відповідають принципам освоєння сучасної трансмедійної реальності, у якій предметом уваги є «межа» і процеси комунікаційної взаємодії. Тенденція «коливання» між гібридним ускладненням та спрощенням є настановою до координації візуального досвіду у різномірних структурах трансмедіа, практик утворення естетично гармонійного енвайронменту.

Дослідження архаїчних аспектів людського досвіду пояснює новітні режими бачення, які відтворюються на основі несвідомої аналогії з архетипами та їх часовою динамікою, актуалізують діахронні аспекти образотворення. «Людина, яка обирає» в енвайронментах цифрових медіа здобуває право будувати власну образну систему.

Візуальні практики на основі усвідомленого вибору дають можливість створення авторських проєктів та образів ідентичності, що тривають у часі, виступають у трансмедійній реальності окремими гранями творчої особистості. Це дає можливість уникнути «ножиць» «примусу» і «спокуси», від «готових блоків» образних систем перейти до авторської практики, як можливості гармонійного вирішення суперечностей різноструктурних утворень. Увага до первинних рівнів становлення візуального сприймання дає можливість розглядати образ у різних моментах образотворення.

### Література:

1. Алфьорова З. Межі видимого. Становлення візуального мистецтва [Текст]: монографія. Харківська держ. академія культури. Х.: [б.в.], 2008. 268 с.
2. Кримський С. Під сигнатурою Софії. К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 367 с.
3. Суріна Г. Поняття «партиципація»: генеза і актуальність. Вісник Дніпропетровського університету. 2017. № 1. [Електронний ресурс] Режим доступу: <file:///D:/download/865-%23%23default.genres.article%23%23-2134-1-10-20171128.pdf>

4. Тоффлер Е. Третя Хвиля. К.: Вид. дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
5. Bauman Zygmunt. Liquid Modernity. Cambridge: Polity, 2000. 232 p.
6. Bell D. The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting. N.Y.: Basic Books, 1973. 507 с.
7. Benjamin W., Zohn H. The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction: An Influential Essay of Cultural Criticism. Research Triangle, NC. Lulu Press, Inc. 2018. 38 p.
8. Beyond New Media: Discourse and Critique in a Polymediated Age. Edited by Art Herbig; Andrew F. Hermann and Adam W. Tuma. London. Lexington Books, 2016. 226 с.
9. Jameson Fredric. Signatures of the Visible. With an introduction by the author. New York and London: Routledge. 1992. 357 с.
10. Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. NY: New York University Press, 2013. 352 p.
11. Jenkins, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press. 2006. p. 308.
12. Miller D., Madianou M. Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia. London: Routledge. New York: Routledge, 2011. 175 p.
13. Revers M. The augmented news beat: special structuring in a Twiterrized news ecosystem // Media, culture & society. 2015. 37(1), P. 3–18. DOI: 10.1177/0163443714549085.

## IMAGE CREATION EXPERIENCE AND IDENTITY IN THE CHALLENGES OF TRANSMEDIAILITY

**Oksana Pushonkova**

*Bogdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,  
Department of Philosophy and Religious Studies  
Taras Shevchenko Boulev., 81, 18031, Cherkasy, Ukraine  
<https://orcid.org/0000-0002-8390-6806>*

**The purpose** of the article is to reveal the contexts of transmedia culture in the processes of convergence, to determine the specifics of its impact on image creation practices, which highlights the specific characteristics of the identity of a modern person. **The methodology** of the work involves the use of a systemic approach and such methods as axiological, comparative, and hermeneutic, in understanding the cultural potential of image creation in transmedia conditions. **Scientific novelty** consists in understanding the features of media convergence in its impact on attention processes and the emergence of new image creation practices, the mental basis of which is the identity of the «person who chooses» in the context of visual culture.

**Conclusions.** Modern visual research requires not only systematization, but also a complex approach in identifying the features of new modes of vision that arise in the formats of the new transmedia reality. Studies of the influence of the media on perception, self-reflection and value choices of modern person remain relevant. Concepts of «distracted attention» become complementary to the latest studies of «augmenting» media. «Distracted attention» as the basis of creative search, asymptotic approach to the image through a series of choices, forms active optics, which contributes to the self-organization of visual thinking. In modern visual practices, we observe a certain decrease in the role of sight, the inclusion of different modalities of perception, which correspond to the principles of mastering modern transmedia reality, in which the object of attention is the «border» and the processes of communication interaction. The tendency to oscillate between hybrid complication and simplification is a guide to the coordination of visual experience in multi-level structures of transmedia, practices of creating an aesthetically harmonious environment. «The person who chooses» acquires the ability to understand the temporal dynamics of archetypes and diachronic aspects of image creation. If the function of choice in primitive times was determined by myth and ritual, and in

modern times by consumer society, then a person with advanced digital media has a unique opportunity to build his own visual system. «A person who chooses» must abandon old schemes, illusions of choice, bypass manipulative attempts to control attention. Going beyond the «compulsion» of the Panopticon and the «temptation» of the Synopticon will lead to the development of individual cultural creativity based on one's own sense of the future.

*Key words:* archaic, media philosophy, transmedia, image creation experience, visual thinking, visual practice, vision modes, identity.