УДК 130.2
DOI https://doi.org/10.30970/PHS.2022.30.2

КОМУНІКАТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ PHYGITAL-ПРИСУТНОСТІ В КОНТЕКСТІ АКТУАЛЬНОГО ЕТАПУ МЕДІАТИЗАЦІЇ

Юлія Доброносова
Національний транспортний університет,
вул. М. Омеляновича-Павленка, 1, м. Київ, 01010, Україна
e-mail: ilajali@ukr.net, gavrylodmytr@gmail.com
ORCID ID 0000-0001-5891-8226

Виникнення і розвиток форм Phygital-присутності пов'язані із масштабним поширенням медіамережевих технологій і медіакомунікації в горизонті актуальної тотальної медіатизації. Переплетіння онлайн- і офлайн-взаємодій дозволяє проявити комунікативну природу людського існування у медіатизованих світах. Автор розглядає зв'язок особливостей актуальної медіатизації та специфіки комунікативного потенціалу Phygital-присутності. Дослідження медіатизації відкривають нові сюжети в осмисленні медіальності як характеристики людського існування, однак пізнання антропологічної специфіки Phygital-присутності є викликом для сучасної філософії медіа. Автор називає медіатизацію метапроцесом, що зумовлює трансформації комунікативних практик і соціальних взаємодій. Актуальний етап медіатизації культури пов'язаний зі змінами просторової і часової структури життєсвітів. Феномен Phygital-присутності дозволяє реалізувати потенціал комунікативної спрямованості людського існування, різноманітні його форми пов'язані із результатами медіатизації у різних сферах життєдіяльності соціуму. Phygital-присутність є яскравою прикметою культури медіарозмаїття та пов'язана із сучасною діджиталізацією та датафікацією. Важливим аспектом медіатизованого соціального конструювання є зміни, пов'язані із простором і часом у медіакомунікації. Автор стверджує, що Phygital-присутність індивіда у медіатизованих світах зумовлює подальше розгортання медіатизації як нелінійного метапроцесу. Комунікативний потенціал Phygital-присутності підкріпляє трансформації ціннісної позиції та ставлення до життя особи. Медіамережева основа медіатизації підсилює і масштабує можливості поширення номадичного способу існування. У добу тотальної медіатизації панівною стає культура миті, тому специфіка Phygital-виміру існування може вести до проблематизації комунікативної вкоріненості індивідів та поширення у медіамережах згортання їх комунікативного потенціалу. Автор пропонує розглядати проблематику суперечливості медіатизації у мережевих комунікативних практиках як важливий напрям розвитку майбутніх філософських досліджень Phygital-присутності.

Ключові слова: медіа, медіарозмаїття, медіатизація, Phygital-присутність, комунікативний потенціал.

Актуальність теми дослідження і постановка проблеми. Медіамережева специфіка сучасної культури і повсякдення зумовлює появу новітніх форм актуалізації інтерекзистенціальної природи та комунікативної вкоріненості людського існування. Притаманний самореалізації особи у горизонтах життєсвітів сьогодення феномен Phygital-присутності (від англ. Physics – фізичне + англ. Digital – цифрове) з одного боку є результатом соціокультурних трансформацій, пов'язаних із поширенням медіатехнологій, а з іншого – джерелом змін соціальних взаємодій. Актуальність його філософського осмислення зумовлена тим, що така форма присутності виникає на перехресті річищ розвитку медіамережевої культури та увиразнює особливості нелінійних метапроцесів,

© Ю. Доброносова, 2022

зокрема, і медіатизації. На зв'язок між онлайн- і офлайн-взаємодіями недостатньо просто вказати, адже необхідно виробити модель розуміння того, як комунікативна природа людського проявляє свій потенціал на етапі тотальної медіатизації, а різноманітні варіанти співприсутності суб'єкта у Physics та Digital увиразнюють її специфіку у медіатизованих світах.

Метою нашого дослідження є характеристика особливостей актуальної медіатизації, котрі уможливлюють специфіку комунікативного потенціалу Phygital-присутності. Її реалізація передбачає виявлення смислових контурів медіатизації як метапроцесу, що зумовлює зміни у соціальних взаємодіях у медіатизованих світах, та концептуалізацію Phygital-присутності як прикмети її актуального етапу. Феномен Phygital-присутності і метапроцес медіатизації нині належать до актуальної проблематики філософських, соціологічних і міждисциплінарних досліджень, автори яких прагнуть пізнати медіа культуру і мережеве суспільство, характеризують трансформації медіакомунікації і соціальних взаємодій із акцентом на пізнанні феномену медіа в мережевій культурі. Дослідження специфіки сучасної тотальної медіатизації відкривають нові сюжети в осмисленні медіальності як характеристики людського існування. Огляд наявних праць українських і зарубіжних дослідників засвідчує, що пізнання антропологічної специфіки Phygital-присутності є викликом для філософії і соціології медіа. Для вироблення розуміння комунікативного потенціалу Phygital-присутності концептуально цінні пропозиції Лева Мановича [19], Лідії Стародубцевої [9] і Дмитрія Петренка [6], а для розуміння специфіки медіатизації – підходи Андреса Хеппа [14; 15], Фридріха Кротца [16], Ніка Коулдрі [11; 12], Соні Лівінгстон [17],Тараса Лильо [4], Валентини Ривліної [7],Тетяни Савельєвої [8]. Попри зростання уваги дослідників до медіатизації культури констатуємо, що поєднання пізнання актуального її етапу із характеристикою особливостей форм присутності особи у медіатизованих світах недостатньо представлене у філософських дослідженнях, хоча потреба розвитку такого їх напряму зумовлена глобальним контекстом медіатизації та специфікою російсько-української війни. У міждисциплінарних дослідженнях сучасних воєн нерідко з'являються тези про зміщення у них центру тяжіння на ментальну й інформаційну складову [5] та розширення діапазону можливостей кібервоєнних операцій, що здійснюються шляхом використання медіатизованих мереж і полегшення доступу до даних про суб'єктів дії [1]. Це увиразнює розуміння того, що осмислення Phygital-присутності у контексті медіатизації має значення для пошуку моделей спротиву агресії проти України, із врахуванням викликів, котрими сповнено медіатизовані світи, і можливостей, що відкриваються у них.

Від впливу медіатизації на культуру до повсякдення медіатизованих світів. Дослідники соціуму і культури на початку третього десятиліття 21 століття поруч із означенням їх як мережевих дедалі частіше говорять про них як медіатизовані, називаючи медіатизацію серед метапроцесів, що зумовлюють трансформації комунікативних практик і соціальних взаємодій. Сьогодні навіть простий погляд на повсякдення засвідчує, що має йтися вже не про вплив медіамережевої культури на життя індивідів і спільнот, а про їх життя у соціальних світах, змінених медіатизацією. Мабуть тому Нік Коулдрі [11, с. 231 – 235] називає концепт медіатизації метакатегорією соціального опису, яка дозволяє пізнавати динаміку і розміри глобальних соціальних змін у медіадобу, а Андреас Хепп [14; 15], проаналізувавши особливості інституційної і конструктивістської ліній її пізнання, виходить на тезу про те, що увага до специфіки її розгортання у різних сферах життя соціуму уможливлює критичний аналіз взаємозв'язку між змінами у медіа і комунікації та змінами у культурі і соціумі. Медіатизація як процес інтеграції медіа у більшість сфер життєдіяльності соціуму та формування внаслідок цього його цілісної культурно-комунікаційної системи розгалужених мікро- і макромедіамереж передбачає просторове,

часове і соціальне поширення медіакомунікації. Фридрих Кротц і Андреас Хепп [16] звертають увагу на необхідність розгляду не медіатизації в цілому, а її особливостей у різних сегментах соціального життя, для чого вводять концепт медіатизованих світів як малих життєвих світів або артикульованих через медіакомунікації соціальних світів, що мають мережі, котрі виходять за межі фізичної локації, внаслідок чого прив'язаність до певного місця послаблена. Мережі таких життєсвітів існують на різних рівнях соціальної взаємодії та перетинаються один із одним. Попри тотальність процесів медіатизації, охопленість ними більшості сфер життєдіяльності соціуму і проникнення їх до повсякдення, не варто забувати про те, що вони мають свої особливості в кожному сеґменті соціокультурної реальності.

Метапроцес медіатизації зумовлює як зміни просторової і часової структури життєсвітів, так і трансформації його природи. Життєсвіт як реальність повсякдення медіакомунікацій є для особи очевидним, у природній установці вона не замислюється і над її онтологією. Інтерсуб'єктивність такого повсякдення виявляється найбільш реальною, очевидність життєсвіту виступає для людини домом, а медіадосвід виявляється ключем до нього. Шалене збільшення темпів медіатизації культури спричинене активним розвитком соціальних і нових медіа, котрі дедалі більше організують діяльність і комунікацію людей, орієнтовану на інтерактивність у взаємодії. Поширення медіалогіки, яка пронизує більшість сфер життєдіяльності соціуму, призводить до того, що комунікативні практики пристосовуються до медіа, а не навпаки. Особа стикається з «розтягуванням» соціальних відносин у часі і просторі, що забезпечує ефект її присутності у подіях, котрі є медіаподіями, і Phygital-присутність виявляється яскравим прикладом цього. Розвиток актуальних життєсвітів зумовлені не стільки факторами медіатизації, а їх комбінацією із факторами не-медіатизованих взаємодій, переплетінням онлайн- і офлайн дій, контактів, зв'язків. У добу тотальної медіатизації конструювання персональної і колективної ідентичності має свої особливості, адже з народження людина потрапляє у світ, де може використовувати різноманітні медіаресурси і бути учасником медіаподій і медіасеансів взаємодій із Іншими. Сучасні медіа задіяні у соціалізації, а конструювання ідентичності залежить від інтеграції у медіаінфраструктуру та залученості до соціальних мереж. У часи діджиталізації можна спостерігати появу медіатизованих колективів і спільнот, котрі з одного боку засновані на особистісних взаємодіях із використанням мобільних пристроїв та інтернету, з іншого – мають «розподілену» групову ідентичність, причому текстура стосунків у них трансформується під впливом змін у медіакомунікаціях. Медіатизована мережева залученість може набувати і форм засвідчення екзистенційної присутності – існування у мережі виступає міткою справжнього існування. Хоча маємо шанси зіткнутися і з квазіекзистенційною присутністю, котра майже не має стосунку до екзистенціальних вимірів існування особи. Можливі і ситуації, коли форми мережевої залученості поєднуються із позамережевим існуванням індивіда і зумовлюють постійний зв'язок між його онлайн- і офлайн-присутністю, що впливає на комунікативні життєві форми або інтерекзистенціали, котрі визначають його життєсвіт. Для комунікативних практик і реалізації комунікативного потенціалу існування особи у медіамережах із опорою на Phygital-присутність характерні гібридні поєднання актуальності і віртуальності, креативності і стереотипності, візуальності і текстуальності, визначеності і невизначеності просторово-часової локалізації. Зазвичай вони мозаїчні і спрямовані на домінанту інтерактивності й інтертекстуальності, у них можуть симулюватися взаємодії і навіть соціальність, а маркером соціального капіталу часто виступає кількість відвідувань, переглядів, вподобань, друзів. У пасивних комунікативних практиках нові смисли зазвичай не генеруються, бо їх лише споживають, в активних (ініціативних і реактивних) суб'єкти можуть генерувати інформацію, повідомлення, смисли,

і поширювати чужу, причому обидва різновиди можуть передбачати як конструктивну, так і деструктивну позицію особистості.

Андреас Хепп і Нік Коулдрі [12, с. 38–52] у «Медіатизованому конструюванні реальності» (англ. The Mediated Construction of Reality) пропонують у 600-річній історії медіакомунікацій виділити чотири хвилі медіатизації. Першу вони визначають як механізацію (1450 – 1830 рр.), пов'язану із винайденням друкарського верстата і подальшою індустріалізацією комунікації, другу – як електрифікацію (1830 – 1950 рр.), зумовлену появою ансамблю медіа телеграфу, телефону, грамофону, радіо, магнітофону, кінематографа, телебачення. Третя хвиля медіатизації або діджиталізація починається з 1950-х, охоплюючи часи появи і поширення комп'ютерів, інтернету і мобільних комунікацій та інтеграції машинного інтелекту до повсякдення. Актуальна хвиля стартує у 21 столітті і отримує у Андреаса Хеппа і Ніка Коулдрі означення датафікації або доби великих даних, інтернету речей і соціальних медіа. На думку дослідників кожній з хвиль притаманний особливий технологічний спосіб функціонування медіасередовища, причому домінуюче медіа виділити важко, а «молодші» медіа остаточно не витісняють «старі». Попри наявність у «Медіатизованому конструюванні реальності» критики ідей Пітера Людвіга Бергера, Томаса Лукмана й Альфреда Шюца, автори праці залишають незмінними тези про інтерсуб'єктивність соціального світу, реальність повсякдення як його фундамент та його диференцію на взаємопов'язані підсвіти.

Phigital-присутність в горизонті культури медіарозмаїття. Тотальна медіатизація соціального світу вповні реалізує свій потенціал під час третьої і четвертої хвиль, коли зростає темп поширення нових медіа, інформаційні технології й інфраструктура формують інтегроване медіасередовище повсякдення, з'являється можливість поєднання різних пристроїв і творення мультимедійних мереж. Кожна з хвиль медіатизації передбачає зміну підходів до конструювання простору і часу, розуміння людиною власної тілесності та культивування типу присутності. «Бути присутнім» у часи першої і другої хвиль не тотожне «бути присутнім» у часи діджиталізації або датафікації. Водночас кожна з хвиль медіатизації презентує способи дистанціювання і медіації у творенні і поширенні смислів. Феномен Phigital-присутності є однією із прикмет актуальної медіатизації, пов'язаної із третьою і четвертою хвилями. Її поява зумовлює як подальше розгортання цього процесу, так і увиразнює його нелінійність. Підставою для розвитку різноманітних форм Phigital-присутності у медіатизованих світах виступає феномен медіарозмаїття. Цей концепт, уведений нами кілька років тому для характеристики актуального етапу розвитку медіакультури [2], концентрує в собі думку про те, що попри масштаби поширення в сучасному світі нових медіа і позірний занепад впливу медіа попередніх поколінь, варто говорити про співіснування багатьох медіа і різноманітне переплетіння їх ефектів у персональному досвіді, соціальних взаємодіях і медіакомунікаціях. Подібна відмова від пошуку домінантного медіа присутня і в дослідників актуального етапу медіатизації. Так Андреас Хепп [14] відкидає ідею того, що на певному етапі розвитку медіакультури достатньо виділити медіа, яке домінує, адже її зазвичай визначає не окремий носій інформації, а складний набір медіакомунікаційних дій. Про співприсутність різних медіа як рушійну силу актуальної медіатизації говорить і Соня Лівінгстон [17, с. 5], вказуючи, що для сучасності характерна «тотальна медіація» (англ. *mediation of everything*) із одночасною участю численних медіа. Із цим перегукуються і думки Кнута Лундбі [18, с. 115] про суспільства пізнього Модерну як соціуми, насичені медіа (англ. *media-saturated societies*). Згадуваний нами Андреас Хепп [14; 15] вказує на неможливість сформувати універсальне поняття «ефекту» тих чи інших медіа, адже має йтися про те, як різні медіа по-різному форматують комунікації. Тому для їх пізнання він пропонує концепт «формуючих сил» та розгляд двох

процесів, пов'язаних із впливом медіа – інституціоналізації та реіфікації (англ. reification). У першому йдеться про своєрідні «малі форми», котрі позначають повсякденні практики приватної медіакомунікації, у другому стикаємося із уявленням про медіа як систему технічних пристроїв, які є застиглими діями людей, реіфікацією здатності виступати агентом комунікації, актуалізованої у людській діяльності, а технології, інтерфейси, інфраструктура комунікації постають як елементи «формуючих сил» медіа. У Phygital-присутності ефекти інституціоналізації та реіфікації переплітаються і втілюються у персональному досвіді суб'єкта.

Андреас Хепп і Нік Коулдрі [12] наголошують, що медіатехнології ніколи не з'являються нізвідки, а виникають внаслідок появи потреб соціальних акторів і комунікативних фігурацій. Важливим аспектом медіатизованого соціального конструювання є зміни, пов'язані із простором і часом, прикладом чого і виступає Phygital-присутність. В онлайн-комунікаціях із віддаленими Іншими «тут і зараз» замінюється на «там і зараз», результатом чого стає розширення життєсвіту шляхом залучення інтернет-областей, водночас ситуація обличчям-до-обличчя більше не є прототипом соціальної взаємодії,бо базовим стає опосередковане спілкування. Залучені до соціальних практик медіа роблять час конкретним, їх функції, пов'язані із часом, часто координують взаємодії на різних рівнях соціального життя. На хвилі діджиталізації панівною є культура миті і перебування у доступі для Інших у режимі 24/7, тому люди часто існують у страху пропустити важливий дзвінок, повідомлення, онлайн-зустріч. Не бути Phygital-присутнім перетворюється майже на синонім не бути присутнім. Змінюється також характер виробництва і розподілу соціального знання, основним джерелом і транслятором якого є інформаційні мережі, що обробляють неймовірні за обсягом потоки даних. Для медіатизованого соціального порядку характерним є те, що соціальний час не конструюють людські відносини, а виробляє технологічна інфраструктура, хоча в Phygital-існування все ще важливі як фізичний, так і цифровий, медіамережевий виміри.

Делокалізована Phygital-присутність неокочівників. Комунікативний потенціал Phygital-присутності підкріплює трансформації екзистенціальної і ціннісної позиції особи, просторові і часові аспекти її ставлення до життя. Медіамережева основа медіатизації підсилює можливості поширення номадичного способу існування. Американський соціолог Ентоні Д'Андреа [13] вказує, що в контексті глобального розповсюдження гіпермобільності варто говорити про феномен неокочівництва, не завжди пов'язаного із вимушеним переселенням/ еміграцією, а зі специфічним перебуванням особи у переміщенні-плинності. Такий спосіб життя протистоїть осілій культурі і може у її дискурсі маргіналізуватися. Неокочівники керуються не економічними чи політичними, а культурними і особистісними мотивами, у повсякденні прагнучи ухилятися від рутинних практик, обумовлених державною політикою, вимогами ринку, мораллю. Їх індивідуалізм реалізується в набутті досвіду у переміщеннях та в експериментах із ідентичністю, ставленням до світу, що не скасовує активної залученості до процесів комодифікації. Важливу роль у поширенні неокочівництва відіграють децентралізаційні тенденції у глобалізації, пов'язані із зародженням гібридних форм культури. Нерідко відбувається і формування делокалізованих комунікаційних мереж, номадичної суб'єктивності й ідентичності. Неокочівник відкриває можливості відкритості комунікації із Іншими і продукування нових варіантів соціальної взаємодії, але в його фігурі ми стикаємося із транс-етнічним розсіюванням і відмовою від орієнтації на країну походження/громадянства. Обидва моменти співмірні зі зростанням мобільності у мережевому світі, проте Ентоні Д'Андреа [13, с. 102] вказує, що для глобального неокочівника мобільність є частиною його економічних стратегій, способом самоідентифікації. Ідеалом виступає гнучка

ідентичність, котра може демонструвати прикмети проективної ідентичності (Мануель Кастельс) мережевого соціуму і не відтворювати соціальні взаємодії, а творити їх. Неокочівники активно залучені до структур гнучкого капіталізму і мережевої економіки, віддають перевагу віддаленій роботі, медіамережевій активності і залученості, виявляються пластичними в адаптації до плинного світу. Маргіналізація неокочівництва сусідить із його романтизацією, що перетворює номад ледь не на персон майбутнього, попри те, що в деяких випадках йдеться про руйнацію ними звичних ідентичностей і деструкцію ідеї центру гравітації самості. Зв'язок між неономадизмом, розвитком медіамереж і ставленням особи до присутності нагадує постмодерну візію номадизму, хоча медіамережеві технології і спільнодія датафікації/діджиталізації виявляються стримуючим фактором для втілення ідеї номадичного мислення. Сьогодні маємо шанс зіткнутися із феноменом неокочівництва різних типів, а його прикмети можна помітити в різноманітних соціальних середовищах, починаючи з біженців і трудових мігрантів і закінчуючи представниками креативних індустрій, мистецьких практик, науковців, розробників програмного забезпечення і фахівців інформаційних технологій. У деяких випадках можемо спостерігати прикмети неокочівницького способу життя, визнання його співмірним непередбачуваному сучасному світу і екзистенціальної установки на гнучкість ідентичності, в інших – суперечливе поєднання туги за осілістю із необхідністю кочувати, що вказує на несвободу. У більшості випадків обраного або вимушеного неокочівництва виняткову роль у його поширенні відіграє і метапроцес медіатизації, причому способом новітньої локалізації особи виступає делокалізована Phygital-присутність. Медіамережеві структури стають полем, яким кочують такі персони, дозволяючи їм фрагментувати соціальні взаємодії і трансформувати комунікативні практики. Зростання гіпермобільності сприяє переходу до домінування мережевих взаємодій, розвиток і трансформації яких пов'язані саме з процесом медіатизації. Можливості економічної залученості неокочівників до глобальної економіки, потоків капіталу і комунікації часто зумовлені існуванням медіатизованих світів, в яких вони взаємодіють із Іншими, теж залученими до медіамереж і Phygital-присутніми. Неокочівник, відмовившись від повноцінного перебування в рамці макросоціального структурування і управління, залишається «датафікованим суб'єктом» [10], а важливою формою його присутності виступає Phygital-присутність, яка передбачає делокалізацію фізичної присутності, але новітні технології зумовлюють поширення нових форм її розпізнавання. Так Phygital-існування як прикмета медіатизованих світів реалізує комунікативний потенціал завдяки зміні підходів особи до локалізації свого тіла та свого Я у його співвідношенні із Іншими у діалогах-полілогах.

Для пояснення зв'язку між індивідуальним і колективним у медіатизованих світах Андреас Хепп [15] звертається до запропонованого Норбертом Еліасом поняття *фігурації* на позначення мереж індивідів (англ. networks of individuals), які через систему взаємодій утворюють соціальну структуру більш високого рівня. Він пропонує використати евристичний потенціал поняття комунікативних фігурацій – моделей процесів комунікаційного переплетіння, що відбувається за посередництва різних медіа і має тематичний фрейм, котрий і визначає напрям комунікативної дії. Актуальні форми Phygital-присутності, яких вимагає сучасна медіакомунікація, спираються на існування комунікаційних медіамереж, кожна з яких є комунікаційною фігурацією, адже до неї залучені переплетені комунікативні дії, артикульовані у медіатизовані взаємодії шляхом використання медіа. Андреас Хепп [15] вказує, що притаманні медіатизованим світам комунікативні фігурації можна розглядати як зразки комунікативного переплетіння, реалізація яких можлива за участі різних медіа, однак їх не варто розглядати як набір певних засобів зв'язку, творення і поширення повідомлень. Комунікаційні мережі медіатизованих світів можуть переплітатися, а в основі

комунікаційних фігурацій рідко можна знайти один тип медіа. Зазвичай їх декілька, тому Phygital-присутність вказує не на домінування певних медіа, а прикмети культури медіарозмаїття. Кожна комунікаційна фігурація характеризується специфічною констеляцією акторів (її структурна основа), має тематичний фрейм (спрямовує спільні дії її акторів), їй притаманні певні форми комунікації і види практик комунікації, причому у ній можна виділити і специфічний ансамбль/сукупність медіа, завдяки якому вона й існує. Андреас Хепп доходить висновку, що розгляд комунікаційних фігурацій вказує на неможливість зведення пізнання медіатизації до дослідження медіа, котрі змінюються. Увага до змін комунікаційних фігурацій у медіатизованих світах дозволяє у деталях розглянути медіатизацію як процес накопичення суттєвих для культури змін. Вочевидь, поняття фігурації на відміну від більш популярного поняття мережі має евристичні переваги і дозволяє бачити в потоці соціального життя структури як зразки взаємозалежностей, розуміючи місце матеріальних технологій у гетерогенних мережах. Присутність особи у медіатизованих світах, яка передбачає поєднання онлайн- і офлайн активності та розподілене існування втіленого і «датафікованого суб'єкта», змінює модерністське уявлення про рух часу і протяжність простору, стирає кордони між приватним і публічним, природнім і штучним. Це робить Phygital-присутність привабливішою за існування у немедіатизованому світі, адже вона підсилює і можливості, котрі відкриваються у Phygital-дрейфуванні потоками образів, капіталу, контактів, взаємодій, гри. Однак специфіка Phygital-виміру існування нерідко веде до змін у переживанні особою комунікативної вкоріненості аж до її проблематизації, що проявляється в поширенні у медіамережевих структурах поруч із можливостями самореалізації небажаного згортання комунікативного потенціалу індивіда. Ще одним викликом, пов'язаним із перехрестям тенденцій постмодерну, медіатизації і розвитку медіамережевих технологій, є поширення зацикленості культури на теперішньому, відкидання минулого і нехтування майбутнім. Phygital-присутнім недостатньо просторових переміщень, бо і в них, і в тих хто позірно живе в форматі осілості, виникає бажання бути присутніми розпорошено – одночасно перебувати в десятках локацій, спостерігати і бути учасниками кількох медіаподій, користаючись можливостями комп'ютерних технологій. Тому масштабування Phygital-виміру існування може вести до поглиблення ефектів культури, названої Томасом Гілландом Еріксеном [3, с. 32] культурою тиранії миті, із притаманним їй дефіцитом контролю над власним часом і дефіцитом свободи від інформації.

Висновки. Актуальний етап медіатизації соціуму і культури пов'язаний зі змінами просторової і часової структури життєсвітів, що перетворюються на медіатизовані, із притаманною їм специфікою прояву інтерсуб'єктивності, фундаментальним значенням повсякдення та диференцією на взаємопов'язані підсвіти. Комунікативна вкоріненість людського існування та специфіка його інтерекзистенціалів змінюється зі зростанням значення медіамережевої комунікації, із очевидністю якої особа стикається у повсякденні. Масштабне поширення Phigital-присутності належить до явищ, котрі визначають специфіку актуального етапу тотальної медіатизації, пов'язаної із хвилями діджиталізації та датафікації. Присутність індивідів у медіатизованих світах зумовлює розгортання медіатизації як нелінійного метапроцесу, причому підставою для розвитку її форм виступає медіарозмаїття. У добу діджиталізації і датафікації панує культура миті, в якій не бути Phygital-присутнім сприймається як синонім не бути присутнім, що зумовлює появу нових антропологічних викликів і дозволяє по-новому актуалізувати комунікативний потенціал людського існування у медіатизованих взаємодіях. Суперечливість медіатизації проявляється у мережевих комунікативних практиках, дослідження яких має стати напрямом майбутніх філософських досліджень Phygital-присутності суб'єкта, схильного до способу життя неокочівника.

Список використаної літератури

1. Даєр-Візефорд Нік, Матвієнко Світлана. Кібервійна і революція. Авториз. пер. з англ. Андрія Бондаря. Київ: Критика, 2021. 328 с.
2. Доброносова Ю.Д. Культура медіарозмаїття як горизонт самоідентифікації. *Актуальні проблеми філософії та соціології. Випуск 13.* 2016. С. 28 – 30.
3. Еріксен Томас Гілланд. Тиранія моменту: Швидкий і повільний час в інформаційну добу. Пер. з англ. Віктора Дмитрука. Львів: Кальварія, 2004. 196 с.
4. Лильо Тарас. Антропологічні та ідеологічні наслідки медіатизації. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2020. Випуск 48*. С. 134–142.
5. Парахонський Б. О., Яворська Г. М. Онтологія війни і миру: безпека, стратегія, смисл: монографія. Київ: НІСД, 2019. 560 с.
6. Петренко Д. В. Воспроизводить і трансверсировать. Философская антропология медиа. Харков: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2016. 372 с.
7. Ривліна В. Медіатизація культури : комунікативні аспекти. *Science and Education a New Dimension.* 2018. Випуск 4(31). С. 63 – 65.
8. Савельєва Тетяна. Медіатизація в мережевому суспільстві: зміст та тенденції. *Сучасне суспільство*. 2012. Випуск 2. С. 185 – 192.
9. Стародубцева Лидия. Паноптикон, «прозрачное общество» и новые медиа. *Український соціологічний журнал.* 2017. № 1 – 2. С. 35 – 42.
10. Cheney-Lippold John. We Are Data: Algorithms and the Making of Our Digital Selves, New York: New York University Press, 2017. 320 p.
11. Couldry N. Mediatization and the Future of Field Theory. *Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science*, vol. 21. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. pp. 227–248.
12. Couldry N., Hepp A. The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press, 2016. 256 pp.
13. D'Andrea A. Neo-Nomadism: A Theory of Post-Identitarian Mobility in the Global Age. *Mobilities.* 2006. Vol. 1, №1. P. 95–119.
14. Hepp A. Cultures of Mediatization. Cambridge: Polity. 2013. 180 p.
15. Hepp A. The Communicative Figurations of Mediatized Worlds: Mediatization Research in Times of the 'Mediation of Everything'. *European Journal of Communication.* 2013. Vol. 28. No. 6. P. 615–629.
16. Hepp A., Krotz F. Mediatized worlds – understanding everyday mediatization. *Mediatized Worlds. Culture and Society in a Media Age* / Ed. by A. Hepp, F. Krotz. Basingstoke: Palgrave, 2014. P. 1–14
17. Livingstone S.M. On the Mediation of Everything. *Journal of Communication.* № 59(1). 2009. P. 1–18.
18. Lundby K. Media Logic: Looking for Social Interaction. *K. Lundby. Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang. 2009. pp. 101–119.
19. Manovich L. Post-media Aesthetics. URL: http://manovich.net/index.php/projects/post-media-aesthetics.

THE COMMUNICATIVE POTENTIAL OF PHYGITAL-PRESENCE IN CONTEXT OF CURRRENT STAGE OF MEDIATIZATION

Yulia Dobronosova
National Transport University,
1, Omelyanovycha-Pavlenka str., Kyiv, 01010, Ukraine
e-mail: ilajali@ukr.net, gavrylodmytr@gmail.com
ORCID ID 0000-0001-5891-8226

The emergence and development of forms of Phygital-presence are associated with the large-scale spread of media network technologies and media communication in the horizon of current total mediatization. The intertwining of online and offline iteractions allows to show the communicatie nature of human existence in mediatized worlds. The author examines the connection between the features of current mediatization and specifics of the communicative potential of Phygital-presence. Mediatization studies open up new subjects in the understanding of mediality as a characteristic of human existence, however, knowledge of anthropological specificity of Phygital-presence is a challenge for modern philosophy of media. The author calls mediatization a meta-process that determines the transformation of communicative practices and social interactions. The current stage of mediatization of culture is associated with changes in spatial and temporal structure of life world. The phenomenon of Phygital-presence makes it possible to realize the potential of communicative orientation of human existence, its various forms are associated with the results of mediatization in various spheres of social life. Phygital-presence is a clear sign of the culture of mediavariety and associated with modern digitalization and datafication. An important aspect od mediatized social contruction are changes related to space and time in mediacommunication. The author claims that the Phygital-presence of an individual in mediatized worlds deteminies the future unfolding of mediatization as a non-linear process. The communicative potential of Phygital-presence reinforces the transformation of a person's value position and attitude torwards life. The network basis of mediatization strengthens and scales the possibilities of spreading the nomadic way of existence. In the era of total mediatization the culture of moment becomes dominant, therefore, the specificity of dimension of existence can lead to problematization of communicative rootness of individuals and spread the curtailment of thear communicative potential in the media networks. The author proposes to consider the problem of contradictions of mediatization in network communicative practices as an important direction of development of future philosophical studies of Phygital-presence.

Key words: media, mediavariety, mediatization, Phygital-presence, communicative potential.