

ОНТОЛОГІЧНІ ВИМІРИ КОМУНІКАТИВНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

В статті розглядається взаємодія між людиною і технологіями, яка проблематизується на нових етапах розвитку інформаційного суспільства і проаналізований онтологічний поворот в медіа-дослідженнях, представлений пост-герменевтичною концепцією Х.У.Гумпрехта.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Концепції сталого розвитку ґрунтуються на розумінні технологічних можливостей нового етапу розвитку цивілізації – інформаційного суспільства, можливостей управління соціокультурними та економічними процесами в глобальному світі. Нові, технологічно потужні форми комунікації, революція в інформаційних технологіях структурують реальність людського буття, «...формуючи життя і формуючись життям» [5, 13]. Реальність інформаційної епохи, що ускладнилась, переплетіння образів, звуків, ритмів, логічних доводів, емоцій і аргументів, завіса символічних конструкцій між людиною і реальністю, світ симуляцій, створюваних мас-медіа та іншими комунікативними технологіями, призводять до проблематизації взаємин людини і технологічного світу. Західні дослідники з одного боку визначають, що медіа стають майданчиком для пошуку смислу та приналежності, з іншого «що ключовим викликом комунікації та медіа-досліджень в XXI столітті є, або буде, зникнення медіа» [13, 137]. Звідси видається важливим розібратися в рисах інформаційного суспільства, що притаманні сучасному етапу розвитку, в епістемологічних можливостях дослідження такої складної матерії, як медіа-реальність, сучасних концепціях її дослідження, зокрема онтологічному повороті, а також понятті віртуальна реальність, яке широко застосовується, але недостатньо прояснений її вплив на свідомість людини. Сучасні українські дослідники фіксують «потребу в нових онтологічних вимірах, чутливих до “тотального медіа оточення” людини та її сприйняттю матеріального світу» [6, 3]

РЕЗУЛЬТАТИ ТЕОРЕТИЧНОГО АНАЛІЗУ ПРОБЛЕМИ

Розуміння космосу культури, матеріально-практичних та ідеальних форм людської діяльності, самих засад людського буття як знаково-комунікативних знаходить остаточно згоду у філософських рефлексіях, роздумах про природу інформаційного суспільства. І розбіжності у поглядах, концепціях лише в тому, чи звертати увагу більше на семіотичні, чи онтологічні засади комунікації, розуміти комунікацію тільки як світ інтерпретацій, цінностей, смислів і аналізувати символічні значення, що створюються за допомогою знаків, чи звернути більше уваги на матеріальні чинники комунікації.

Життя людини інформаційної епохи в її реальних проявах таке заплутане і складне, таке сум'яття ідей, установок, моделей, даного безпосередньо почуття. І стає складно виявити реальність, що присутня в щоденних проявах життя і людському виборі, надати їй голос, а головне зрозуміти, які підстави – логічні, раціональні або ж якісь інші – викликали її до життя. Проблемі співвідношення реальності і віртуальної реальності, впливу віртуальної реальності на людину присвячені численні дослідження. Як змінюється людина в новій комунікативній реальності, чи розуміє вона, що відбувається, навіть якщо уважно стежить за повідомленнями в засобах масової комунікації, намагається розібратися в океані іноді

суперечливих трактувань і позицій? Що відбувається зі свідомістю людини? І чи завжди можна очікувати однозначний ефект від запрограмованого впливу потужних комунікативних технологій, наприклад в сфері політичної комунікації, у сфері пропаганди і управління?

Періоди зміни технологій, що передують інформаційному суспільству, не призводили раніше до настільки сильних, і часто деструктивних, наслідків, не викликали настільки кардинальних змін в укладі життя, ціннісних установках, моделях поведінки. І М.Кастельс робить таке філософське узагальнення, що «нова комунікаційна система радикально трансформує простір і час, фундаментальні виміри людського життя.» [5, 300]

Ще в 60-х роках ХХ сторіччя Маршал МакЛюен, намічаючи перехід від «Галактики Гутенберга» до «Галактики МакЛюена» надавав величезного значення типу і технології комунікації, визначаючи епохи розвитку цивілізації в залежності від технології комунікації. Він вважав, що саме панування того або іншого медіа визначає саму епоху: ієрогліфи створили древні цивілізації, книгодрукування породило Реформацію ... «Спочатку фонетичний алфавіт, а потім друкарство змінили форми досвіду, світогляду і самовираження» [8, 3]. Н.Луман розглядає суспільство як всеосяжну систему соціальних комунікацій, відзначаючи системотворчу роль комунікації, та розуміє мас-медіа в широкому сенсі як «всі суспільні установи, що використовують технічні засоби для поширення повідомлень (комунікації)» [7, 9]. М. Кастельс, аналізуючи революцію в інформаційній технології, вважає, що центр всіх змін лежить в технологіях обробки інформації та в комунікації і вводить своє поняття “інформаціональне” суспільство, що підвищує статус інформації та знання. Мислитель стверджує, що «генерування, обробка і передача інформації стали фундаментальними джерелами продуктивності і влади» [7, 27] та визначає специфічним для інформаціонального способу розвитку «вплив знання на саме знання як головне джерело продуктивності» [7, 39].

Нові форми і канали комунікації створюють новий світ, як визначає М.Кастельс, – «мережевий світ» [3, 15] і концепція суспільства як такого, в якому переважає мережевий характер взаємодії на різних рівнях, починає займати домінуюче місце. Медіа комунікація розгалужується на різні типи, не тільки додаючи різні фарби в спектр цілого, але найчастіше і різняться за своїми суттєвими ознаками. На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства, етапі переходу від постмодернізму дослідники фіксують так звану постраціональну комунікацію, яка характеризується «несталістю елементів комунікації, можливістю їхнього взаємопереходу, зміни контекстів та віртуальністю каналів передання інформації» [3, 5]

Новий концептуальний простір культури – це простір безлічі постмодерністських теоретичних конструкцій і практик як спроба втечі від тотальності. Видима плюралістичність культури тримається на досить хиткій основі відсутності центру, ядра сенсу. Тоталітаризм абсолютного нарративу зник, але проявилось хаотичне нагромадження різновеликих центрів тяжіння і відштовхування та небезпека розмивання і втрати елітарної ціннісної домінанти. Постраціональна комунікація постмодернізму, що відповідає його основним ознакам, визначається «як сукупність локальних комунікацій, кожна з яких диктує власну логіку розуміння дійсності» [3, 8]. Різноманіття медіа впливів, плюралізм смислів водночас піддаються небезпеці панування «цифрових технологій, що дозволяють перевести будь-яку інформацію в бінарний код і в кінцевому рахунку поглинути всі медіа одним супермедіумом, який отримує монополію на виробництво культурних зрушень» [6, 11].

Взаємовідношення сучасних мас-медіа та суспільства Маршалл Мак Люен передбачив характеристикою «тотальне медіа оточення». Медіа стали глобальним інститутом впливу

саме завдяки технологічним злетам, осмислення феномену «всюдисущих» медіа «стає інтегральною частиною теоретизування про культуру і суспільство» [16, 3].

Світ «паралельної» реальності, створюваної ЗМК, які виробляють власні ансамблі значень і знаків, лише вельми умовно символізують повсякденну реальність. Автономна чуттєво-знакова реальність (знакові версії реальності), яка зачаровує або відштовхує своєю правдоподібністю, примножує «фантазми» реалізму (Ліотар). Така реальність вже не просто доповнює інформаційно-комунікативне поле, а заміщає реальність дійсного світу; сам світ перетворюється на знакову, віртуальну реальність, а процес симуляції (особливо в рекламі) заходить так далеко, що втрачається сама відмінність уяви і реальності.

На реальності не тільки все більше відмітин комунікативності та інформаційності в їх найсучасніших модифікаціях, але найчастіше вона затуляється віртуальністю, породжуваною мас-медіа. Характеризуючи віртуальну реальність як один із найбільш специфічних феноменів сучасного світу і відмічаючи специфіку нової комунікаційної системи, яка продукує «реальну віртуальність», Кастельс визначає її як систему «... в якій сама реальність (тобто матеріальне / символічне існування людей) повністю охоплена, повністю занурена у віртуальні образи, в вигаданий світ» і віртуальні образи не просто передають досвід, а «самі стають досвідом». Мислитель вважає, що «галактика Інтернет змінює характер людської свідомості», вводячи в його онтологію аспект віртуальності». І творець концепту мережевого суспільства змушений навіть задавати питання :«І чому ми спостерігаємо ... збільшення дистанції між глобалізацією і ідентичністю, між мережею та “Я”?» [5, 28]. Інформаційне суспільство-цивілізація знань, де знання отримало центральний статус, де знання перетворилося у владу, проблематизує і свободу. «Де ж у всьому цьому (мережевому світі – *Т.П.*) свобода? Немає ні вибору, ні можливості прийняття остаточного рішення. Будь-яке рішення, пов'язане з мережею, екраном, інформацією та комунікацією, є серійним, частковим, фрагментарним, нецілісним» [1, 84].

Усвідомлення ролі віртуальної симулятивної реальності в житті людини почалось в новій фазі інформаційного суспільства – фазі динамічного розвитку електронних технологій. У визначенні поняття віртуальність, віртуальна реальність у віртуалістиці – новому напрямі досліджень цього особливого типу реальності – підкреслюються такі її риси, як актуальність, автономність, інтерактивність, відсутність чіткого розділення об'єктивного і суб'єктивного пластів реальності, оскільки різні змісти перетікають одне в одне, породження віртуальної реальності не об'єктивною, а константною реальністю, яка в свою чергу теж може бути віртуальною, породжуючи віртуальність наступного рівня. Таким чином формується концепція поліонтичності реальності»[10]. Поняття віртуальної реальності ще недостатньо вивчено, однак дослідники звертають увагу на чисто філософські аспекти цього концепту. Зокрема, Хоружий С.С вважає, що «вся сфера віртуальності не відрізняється від чистого неіснування: є невидимою » [12, 169], а Муза Д.Е. звертає увагу на онтологічний статус віртуальності і вважає її смисловим ядром «віртуальну вічність» [9, 77].

Дослідники водночас пишуть про антропологічну кризу, про те, що сучасне інформаційне суспільство залежить від нових способів поширення інформації, і ця залежність, як констатує М. Кастельс, «дає останнім аномальну владу, призводить до ситуації, коли «не ми контролюємо їх, а вони нас» [8, 299]. Стає все більш актуальною потреба остаточно прояснити позитивні та негативні наслідки процесу створення «віртуальної реальності, який розпочався наприкінці 60-х років ХХ століття. Дослідження різних аспектів якісної трансформації мислення людини в новому інформаційному середовищі показує, що проблема інформатизації суспільства є не тільки технологічною та

супроводжується низкою суперечностей. «Видається, що за формулою: інформація є міра всіх речей, а тим більше, людини, утягненої в «галактику Інтернет» та соціальності, що нею конститується аж ніяк не на правах повноцінного суб'єкта, ховається ряд найгостріших суперечностей. Одне з них – чи буде e-homo, homovirtues, «дигітальна людина», «Інтермен» і т.д. вінцем еволюції, або ж її очікує обрушення в ніщо?» [9, 9] Потребує подальшої уваги питання впливу віртуальної реальності на людину як у психологічному, так і соціокультурному вимірах, але це предмет окремого детального дослідження.

Якщо Кастельс, незважаючи роздуми про людську ідентичність в мережевому суспільстві, все ж таки вельми оптимістичний по відношенню до «експансії віртуальної реальності», яка спостерігається в сьогоdnішньому суспільстві постмодерну завдяки новітнім електронним технологіям, «галактика Інтернет», що виникає, втілює у нього «новий вимір свободи і культуру особистої творчості» [5, 53], то Дж. Ваттімо дотримується протилежної позиції, кажучи про ерозію «принципу реальності як такого» [2, 13]. Все більше і більше культура продукує симулякри, які формують життєве середовище сучасної людини і Ж.Бодрійяр в своїй концепції показує, що «саме принцип симуляції править нами сьогодні замість колишнього принципу реальності» і характеризує «гіперреальність» як «нереальність галюцинаторної самоподібності реальності» [1, 152].

Медіа настільки щільно оточують людину, пронизуючи всі сфери її буття, формуючи конструкції-ремікси категорій повсякденного життя, що стають невидимими. «Зростаюча невидимість («invisibility») медіа ілюструється їх зникненням зі свідомості при інтенсивному використанні» [13, 137]. Увібравши в себе все, ставши реальністю, медіа розчинилися, зникли, стали невиразні з буденним життям. Але й реальність, що не відрізняється від медіа, зникла. І людині залишаються пошуки реального в світі, де панують медіа, де віртуальна реальність, в яку включена людина, породжує множинні світи і стирає відмінність уяви і реальності.

Головні детермінанти, що конституують комунікативну реальність в різних її вимірах, в наукових дослідженнях в основному розглядаються як раціональні, шукаються її епістемологічні засади і межі. Разом з тим в сучасній культурі намічається онтологічний поворот. Звичайно, історія «втрати референції в світі» і «забуття сприйняття» не нова і простежується в історії філософії в різних формах, зокрема Жорж Батай і Антонен Арто звинуватили західну культуру «у втраті контакту з людським тілом». Просто сучасна комунікація в її віртуальності поглиблює цей розрив.

В сучасних дослідженнях йдеться про повернення до чуттєвого, до реальності, про силу і правоту тілесного контакту і чуттєво-практичних інтуїцій повсякденності, які конституують світ людини не менше, ніж раціональні структури і технології. Вже Маршалл МакЛуен підкреслював роль матеріальних носіїв медіа [8], Ф.Кіттлер вважає, що аналіз інформаційних технологій повинен передувати аналізу семіотичному [13, 26], а Ніклас Луман відзначає «відхід від трансцендентально-теоретичних обґрунтувань і повернення до «натуралістичних епістемологій», який міняє теоретико-пізнавальну і методологічну площину» [7, 615].

Українські дослідники також звертають увагу на онтологічні виміри медіа-реальності. Костенко Н.В відзначає, що «в культурних дослідженнях і теорії медіарефлексія спирається на інтуїції, що виникли набагато раніше, скоріше як передбачення альтернативи. Сьогодні вони виразно проговорюються в загальному контексті постгуманізму, що переглядає та коригує традиційні антропоцентричні парадигми, створюючи нові умови для соціологічних практик» [6, 3]. Щоправда Д.Е.Муза вважає, що сучасне теоретизування поки що тільки

окреслює контури нового проблемного поля, «пов'язаного з генезисом і оформленням нової соціальної онтології, що приходить на зміну онтології індустріального та аграрного типів товариств [9, 53].

У статті «Наздогнати» реальне, коли медіа всюди» Н.В. Костенко констатує, що взаємодія людей і технологій глибоко проблематизована. І якщо раніше «медіа виключалися з розгляду контекстів онтології», то зараз відзначається потреба в нових онтологічних вимірах. «Ми нехтуємо матеріальним, тілесним зв'язком з природними та суспільними явищами, постійно приписуючи їм особливі значення і смисли, і в результаті втрачаємо цю прихильність. Але щоб бути “заодно з речовим світом”, необхідно відмовитися від суб'єкт-об'єктної парадигми і уникати тлумачення з його претензіями на єдино центральну практику гуманітарних наук» [6, 10]. І для соціологічної теорії та соціологічних практик виникає необхідність шукати нові, більш чутливі до різноманітних аспектів сприйняття медіареальності, що занадто ускладнилась для людини, інструменти досліджень.

Один з таких онтологічно орієнтованих підходів ілюструє концепція Ханса Ульріха Гумпрехта. В її основу покладена та думка, що «революція електронних засобів комунікації привела до швидко зростаючої дематеріалізації людського життя – що як мінімум почасти означало втрату нею тілесності...» [4, 17]. Х.У.Гумпрехт показує, що вже в XVIII столітті стало очевидним, що намічається якась епістемологічна альтернатива, яка суперечить положенням герменевтики, – освоєння світу через людське тіло, тобто через людську чуттєвість [4, с.47].

Протягом багатьох років Х.У.Гумпрехта цікавила проблема матеріальних чинників комунікації, вирішення якої він спочатку шукав частково в герменевтичній та навіть постмодерністській традиціях, і головне питання: «яким чином засоби та матеріальні чинники комунікації можуть (і чи можуть взагалі) здійснювати вплив на ті значення, що ними передаються?». Під матеріальними факторами комунікації він розуміє «всі ті явища й умови, які сприяють виробництву значення, але самі значенням не є [4, 37].

Дослідник бореться проти метафізики, бо «метафізика» позначає таку позицію, пояснює Х.У. Гумпрех, «за якої значенню явищ надають вищу цінність, ніж їх матеріальній присутності; тобто під цим словом мається на увазі такий світогляд, що весь час спрямований «далі» (або «глибше») всього «фізичного» [4, 23]. Він також пориває з постмодерністською традицією, для якої «прийнятні одні лише «антисубстанціалістські» поняття і аргументи.» [4, 25] і своїм завданням вважає «кинути виклик традиції, що широко утвердилася, згідно з якою центральною – тобто єдино центральною – практикою гуманітарних наук є тлумачення, інакше кажучи впізнання та/або присвоєння значень» [4, с.6].

У своїй книзі «Виробництво присутності: Чого не може передати значення» Х.У.Гумбрехт відзначає: «в такому переповненому значеннями світі ми випускаємо з уваги феномени і враження присутності, які в силу цього стають для нашої культури найважливішим предметом (не цілком усвідомленого) бажання» [4, 111] Словом «присутність» [presence] у Х.У.Гумбрехта позначається «не тимчасове, але просторове відношення до світу і його предметів», те, що «може здійснювати безпосередній вплив на людське тіло» [Там само]. Як бачимо, дослідник фіксує не просто просторове розміщення речей, а їхній вплив на чуттєвість людини. «Значення не повинно скасовувати або знищувати ефекти присутності і що не скасоване – фізична присутність речей (тексту, голосу, полотна с фарбами, ігри спортивної команди) в кінцевому рахунку також не повинно пригнічувати

аспект значення» [Там само]. І саме шляхом тієї, що сприймається, «присутності» може розкриватися сенс «буття в світі».

Загальнозрозумілі експлікації культури у Х.У.Гумбрехта укладаються в опозицію «культури присутності» і «культури значення». В «культури значення» суб'єкт тлумачить світ, наділяючи його значенням. В «культури присутності» основні поняття – тіло, річ, а знання про те, як влаштований світ, з'являється через «подію саморозкриття світу». Саме «присутність» може «свідчити про те, що є в нашому житті абсолютно не понятійного» [4, 140]. Тобто світ речового буття має внутрішній смисл, що розкривається сам собою, а не тільки наділяється сенсом при тлумаченні. Х.У.Гумбрехт зовсім не відмовляється від тлумачення «як елементарної і, мабуть, неминучою інтелектуальної практики». Проте присутність і значення завжди з'являються разом і завжди знаходяться в конфлікті і «в кожному випадку є своє особливе співвідношення між компонентами значення і присутності, яке залежить від матеріальних якостей (тобто способу комунікації)» [4,111].

В пошуках витоків своєї концепції і попередників Х.У.Гумбрехт звертається до Аристотеля та Мартіна Хайдеггера. Логіка Гумбрехта наступна: Аристотелевське поняття «речі» «можна розглядати як наріжний камінь культури присутності» [4, 43], бо в ньому нема дуалізму чисто духовного і чисто матеріального, а є поєднання субстанції та форми, і ні одна зі сторін речі не зникає після того, як ми заволоділи смислом. В культурі ж значення «чисто матеріальне, те, що означає, випадає з нашої уваги, як тільки розпізнано смисл, що лежить під ним, і це приводить до зникнення однієї з сторін речі».

Філософія М.Хайдеггера, на думку Гумбрехта, є «найпотужніше втілення боротьби проти метафізики», до того ж Мартін Хайдеггер був «єдиним філософом, хто цілком цілеспрямовано – і впродовж кількох десятиліть – розробляв такий набір неметафізичних понять» [4, 74]. Концепції М.Хайдеггера «Буття» і «буття-в світі» – Dasein, яке представляє собою «...найбільше філософське досягнення, що надихає, яким ми володіємо для подальшого розвитку рефлексії про присутність» [4, 26] дослідник аналізує в своїй книзі «Виробництво присутності: Чого не може передати значення». Х.У.Гумбрехт солідаризується з Хайдеггером в критиці суб'єкт-об'єктної парадигми як концептуальної схеми «постійної розбіжності між людським існуванням і світом, заснованим на протилежності між чистою духовністю людського існування і чистою матеріальністю світу» [4,73], яка «привела західну культуру до стану крайнього відчуження від світу» [4, 25].

В концепції М. Хайдеггера Х.У. Гумбрехт знаходить ідеї, що його надихають. Людське існування як «буття-в-світі, Dasein «завжди вже знаходиться в субстанціальному, а стало бути, і просторовому контакті з речовим світом» [4, 89] і таким чином М. Хайдеггер, на думку Гумбрехта, виходить з контексту суб'єкт-об'єктної парадигми.

Аналізуючи філософію М. Хайдеггера, дійсно доходиш висновку про подібність позицій обох мислителів. «Фундаментальна онтологія» М. Хайдеггера спрямована на відображення одвічної єдності суб'єкта і об'єкта, дана не абстрактна свідомість поза світом, намагання якнайбільше дистанціюватись від пізнавального об'єкту а екзистенція, яка нерозривно пов'язана зі світом, у якому вона є у-світі-буття, тут-буття, Dasein. Смисл буття розкривається через структуру тут-буття, Dasein, того єдиного серед суцільного, яке здатне поставити питання про сенс буття. Екзистенціалі-структури відкритості світу людині водночас є як онтологічними характеристиками самого буття, так і характеристиками екзистенції [11].

Разом з тим можна відмітити, що М. Хайдеггер розмежовує «онтичне», тобто те, що стосуються наявного, даного в досвіді і того, що досліджується позитивними науками, від

«онтологічного», пов'язаного не з сущим, а з буттям. І подібність роздумів М. Хайдеггера і Х.У. Гумбрехта не в тому, що Гумбрехт пише про речовий світ і закликає до нього повернутись, фіксує «втому» культури від втрати буття, а скоріше в тому, що його поняття «виробництво присутності» відображає сенс розуміння існування речі не тільки в просторовому вимірі, не як байдужий об'єкт наукового пізнання, але як процеси, які здійснюють вплив матеріальних чинників комунікації на людину, особливу атмосферу тяжіння до речей і сприйняття їхнього впливу [4, 24]. І тут можна згадати те, що М. Хайдеггер писав про емоційне відношення до світу, розглядаючи його як спосіб апріорної відкритості світу людині: «Настановленість, схильність екзистенціально конституують відкритість людського існування» [11, 178]. І цілісність буття в світі, бо емоції неререфлектовані, в них суб'єкт і об'єкт безпосередньо злиті, глибинний шар несвідомої відкритості екзистенції є одвічним, що передує і переважає і щодо чуттєвості і щодо раціональності.

ВИСНОВКИ

Новітній онтологічний поворот в культурних дослідженнях, нові антропологічні рефлексії, інтерес до реальності в різних її проявах, включаючи тілесність, прояви людської чуттєвості, є своєрідним протестом проти «втрати» світу, проти утвердження віртуальної реальності в нашому житті, світі, населеному симулякрами, відриву інтерпретаційної парадигми від реальності, що ускладнилась. Глибинні трансформації, що відбуваються в інформаційному суспільстві, викликають необхідність пошуку та застосування нових концептуальних інструментів в дослідженні медіа-культури, нових понять, які могли б змістити фокус аналізу на випадкове, динамічне і прагматичне, «невимовне реальне» [6]. Символічний універсум соціально-культурних обумовленостей вже не може претендувати на єдино вірну інтерпретацію складного сучасного світу. Проблематика онтологічно орієнтованих підходів, безумовно, є актуальною і потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
2. Ваттимо Дж. Прозрачное общество / Дж. Ваттимо Дж. – М.: Логос, 2002. – 128 с.
3. Висоцька О.Є. Віртуальна реальність та постраціональна комунікація в контексті становлення суспільства постмодерну / О.Є. Висоцька // Гуманітарний часопис – 2007. – №4. – С.5-11.
4. Гумбрехт Х.У. Производство присутствия: Чего не может передать значение / Х.У. Гумбрехт. – М.: Новое литературное обозрение, 2006. – 184 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
6. Костенко Н. Настичь реальное, когда медиа повсюду / Н.В. Костенко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2010. – № 1. – С.3-15.
7. Луман Н. Реальность масс-медиа: Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. / Никлас Луман – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
8. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга. Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. – Киев: Ника-Центр, 2004. – 432 с.
9. Муза Д.Е. Информационное общество: притязания, возможности, проблемы. Философские очерки / Д.Е. Муза. – Днепропетровск: Адверта, 2013. – 144 с.

10. Носов Н.А. Словарь виртуальных терминов / Носов Н.А // Труды лаборатории виртуалистики. – Выпуск 7. – М.: Путь, 2000. – 69 с.
11. Хайдеггер М. Бытие и время / Мартин Хайдеггер ; Перевод [с нем. и примеч.]. В. В. Бибихина. – М: Ad Marginem, 1997. – 451 с.
12. Хоружий С.С. О старом и новом / С.С. Хоружий. – СПб.: Алетейя, 2000. – 475с.
13. Deuze. Mark .Media life/ Mark. Deuz // Theory, Culture & Society. — 2011. – Vol. 33(1) — P. 137–148.
- 14 Kittler F. Towards an Ontology of Media / F. Kittler // Theory, Culture & Society. – 2009. – Vol. 26. –P. 23-31. – doi: 10.1177/0263276409103106
15. Urry J. Complexity / J. Urry // Theory, Culture & Society. – 2006. – Vol. 23. –P. 111-115.
16. Featherstone M. Ubiquitous Media: An Introduction / M. Featherstone // Theory, Culture & Society. – 2009. – P. 1-22.

References

1. Bodrijjar Zh. Symbolic Exchange and Death. Moscow, Dobrosvet Publ., 2000. 387 p.
2. Vattymo Dzh. Transparent Society. Moscow, Lohos Publ., 2002. 128 p. [In Russian].
3. Vysots'ka O.Ye. Virtual'na real'nost' ta postratsional'na komunikatsiya v konteksti stanovlennya suspil'stva postmodernu. [Virtual reality and post-rationality communication in the context of the formation of post-modern society] Humanitarnyy chasopys [Journal of Humanities], 2007, no 4. pp.5-11.
4. Humbrekht Kh.U. Proyzvodstvo prysutstvyya: Cheho ne mozhet peredat' znachenye. [Production of Presence: What can not transfer meaning] Nove lyteraturnoe obozrenye, 2006, 184 p .
5. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture. Moskow, HSE Publ., 2000, 608 p. [In Russian]
6. Kostenko N. Nastych' real'noe, kohda medya povsyudu [Overtake real when media everywhere] Sotsyolohyya: teoryya, metody, marketynh, [Sociology: Theory, Methods, Marketing], 2010, no 1, pp.3-15.
7. Luman N. Real'nost' mass-medya. [The reality of the mass media] Moskow, Praksys, 2005, 256 p .
8. McLuhan M., The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. Kyiv, Nika-Tsentr, 2004, 432 p.
9. Muza D.E. Informacionnoe obshhestvo: prytjazanija, vozmozhnosti, problemy. Filosofskie ocherki [Information society: the claims, capabilities, problems. Philosophical Essays]. Dnepropetrovsk, Adverta, 2013, 144 p.
10. Nosov N.A. Nosov N.A. Slovar' virtual'nyh terminov / Nosov N.A // [Dictionary of virtual terms] Trudy laboratorii virtualistiki [Proc. of the Laboratory virtualistics.], 2000, vol. 7, 69 p.
11. Hajdegger M. Being and time. Available at: <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=2124242> (accessed 18 October 2014). (In Russian)
12. Horuzhij S.S. O starom i novom [On the old and new] St. Petersburg , Aleteyya, 2000, 475 p.
13. Deuze. Mark .Media life/ Mark. Deuz // Theory, Culture & Society. – 2011. – Vol. 33(1). – P. 137–148.
14. Kittler F. Towards an Ontology of Media / F. Kittler // Theory, Culture & Society, 2009. Vol.26, p.p. 23–31.
15. Urry J. Complexity / J. Urry // Theory, Culture & Society, 2006, Vol.23, p.p. 111–115.

16. Featherstone M. Ubiquitous Media: An Introduction / M. Featherstone // Theory, Culture & Society, 2009, p.p. 1-22.

Польская Т.Д. Онтологические измерения коммуникативной реальности

В статье рассматривается взаимодействие между человеком и технологиями, которое проблематизируется на новых этапах развития информационного общества в аспекте глубоких изменений в образе жизни, ценностях, поведении и восприятии мира современным человеком. Основным предметом анализа является повсеместная сущность медиа-среды, «невидимость», неразличимость медиа. Исследование последовательно показывает, что медиа являются не только видами технологий и фрагментами содержания, которые мы выбираем из окружающего нас мира. С появлением новых возможностей при участии многих каналов, увеличением скорости движения и развития телекоммуникационных сетей медиа могут быть рассмотрены в качестве отправного пункта для глобального изменения понимания человеком самой реальности. Рассматривается феномен виртуальной реальности, понимание роли виртуальной реальности в жизни современного человека, заставляет подчеркнуть важность дальнейшего исследования влияния виртуальной реальности на человека как в психологическом, так и социально-культурном аспектах. Проанализирован онтологический поворот в медиа-исследованиях, который отвечает на вызов противоречий и сложностей в анализе мировых культурных ценностей, с которыми столкнулись постмодернистские концепции, и идет в русле понимания мира, представленного концепцией М. Хайдеггера. Онтологически ориентированный подход представлен пост-герменевтической концепцией Х.У. Гумбрехта.

Ключевые слова: информационное общество, коммуникативная реальность, виртуальная реальность, «присутствие»

Polska Tamara. Ontological dimension of communicative reality

This article considers the evolutionary relationship between man and technology which is problematized in the recent development of information society in aspects of deep changes in lifestyle, values, behaviors and perception of the world. The main subject of analysis is a passing essence of media environment and its invisibility. Research consistently shows that our media is not just types of technology and chunks of content we pick and choose from the world around us. Involving many shifting channels and new capabilities, taking into consideration the increasing speed of travel and telecommunications, media can be regarded as a benchmark for a global change in people's sense of reality itself. The researcher shares the opinion of Western scholars' of «increasingly invisible» media in the sense that Castells and McQuail have articulated to its logical conclusion “media everywhere, and therefore nowhere”.

The article deals with the phenomenon of virtual reality, understanding the role of virtual reality simulation in life of modern man, leading us to highlight the importance of further research the impact virtual reality has on the person and his psychological and socio-cultural dimensions. The article analyzes an ontological turnabout in media research, the one that goes in accordance with Heidegger's concept of world, challenged by contradictions and complexities in analyzing world cultural values that was faced by postmodern conceptions. Ontologically oriented approaches are presented mainly by post-hermeneutics concept of H.U. Gumbrecht.

Keywords: information society, communicative reality, virtual reality, ontological turn in media research, metaphysics, «presence».