

## **2.8. Гіпертекст у просторі культури**

---

---

Формування сучасного інформаційного суспільства супроводжується новим ставленням людини до світу, розвитком нових форм ра-

ціональності, удосконаленням і виникненням нових засобів та форм комунікації. Гіпертекст як новий феномен в ситуації інформаційного суспільства ще не отримав достатнього всебічного філософського осмислення. Зазначимо, що дослідження феномену гіпертексту в філософії визначається принциповою незавершеністю й поліваріантністю, що обумовлено певними факторами.

Не зважаючи на те, що термін «гіпертекст» був уведений в науковий обіг у 1965 році Теодором Нельсоном, сучасні дослідники зауважують на фрагментарність, контекстуальність, невизначеність, що мають місце при аналізі гіпертексту. Тому вивчення гіпертексту вбачається можливим лише в контексті множинності парадигм, таких як «людина – машина», «мова – машина», «людина – комп'ютер», «мова – текст», «текст – техніка», «текст – авторство», «гіпертекст – мовні ігри», «гіпертекст – комп'ютерні технології», «гіпертекст – Інтернет», «гіпертекст – культурна антропотехніка» тощо. Іншими словами, гіпертекст не можна аналізувати в межах однієї філософської або наукової парадигми, що виключає інші. Ідеться про компліментарність дослідницьких парадигм.

Зазначимо, що поява гіпертексту в царині інформаційного суспільства, як однієї з ланок техногенної цивілізації, пов'язана з реконструкцією такого важливого феномену як текст. Гіпертекст у контексті постмодернізму виступає процесом деконструкції. Як зазначає український дослідник Т. Лютий, деконструкція не є певним універсальним прийомом, навпаки, її використання можливе лише в конкретному випадку. Деконструкція множинна, оскільки існує безліч предметів і точок зору, демонструє, що думка не буває остаточно правильною: «Основне призначення техніки деконструкції – це руйнування будь-яких усталених ієрархічних структур та цінностей, що виконують допоміжну функцію утримання центру» [9, с. 272–273]. Вона, на думку дослідника, виявляє, що будь-який смисл є породженням мови й ніколи не може бути визначеним достеменно, оскільки цей смисл виступає результатом контекстуальних ігор. Ідеться про впровадження концепції вільної гри. Гіпертекст у площині деконструкції постає феноменом відмінним від тексту в його класичному розумінні. У бінарній опозиції «текст – гіпертекст», складові є вільною грою значень. На думку Т. Лютого, опозиції, що використовуються для аналізу гіпертексту: «людина – машина», «гіпертекст –

технології», «письмо – гіпертекст» тощо – рівноцінні. Як мовна гра гіпертекст демонструє нову модель взаємозв'язку між мовою й технікою. У гіпертексті відбувається трансформація класичної лінгвістичної парадигми, що спрямована на аналіз того як ми говоримо про світ і як ми розмірковуємо про саме міркування. Із цим пов'язано висування на перший план філософської проблеми значення – центральної проблеми теорії мови.

Осмислення гіпертексту почалося у філософії постмодерну, де образ людини й суспільства постали як осередок різноманітних текстів, повідомлень, знаків, що виникають у результаті мовних ігор. Філософія постмодернізму запропонувала концепт: «Усе є мова» (Ж. Ф. Ліотар), наголосивши, що світ відкривається людині як мова. Ця думка резонує з іншою максимом: «Мова – оселя мого буття» (М. Гайдегер), де мова постає не лише засобом для розуміння, але й реальністю. Розгляд мови як світу підкреслює, що цей феномен – усе наше життя, адже людина від дня свого народження опиняється в мовному просторі, де мова є засобом спілкування, комунікацією, дією, що спонукає до різних засобів діяльності, має змогу конструювати або реконструювати реальність в її різновиди. Аналітики філософії мови вважають, що в сучасному розумінні мови є дещо нелінгвістичне – ментальні й фізичні процеси та події. Власне, мова супроводжує всілякі дії, навіть коли ми не розмірковуємо про розуміння.

Чи мають ці думки відношення до гіпертексту? Так, і ось чому: мова – явище, що історично розвивається. В умовах технологізації суспільства відбулася технологізація мови. Цей процес М. Фуко визначив як появу «машин мови». На його думку, «машини мови» – це функціональні можливості, засоби «консервації й обміну текстів» [16]. Ідеться про інструментальну мову, що існує поряд із письмовою, усною, природною, штучною.

Мова, на думку дослідників, виконує в культурі три функції: відтворення культури (Г. Гадамер), комунікативної дії (Ю. Габермас), соціалізації (М. Мід). У гіпертексті головною є функція комунікативної дії. Гіпертекст оперує інструментальними мовами, такими як алфавіт, друк, кіно, телебачення, Інтернет. Водночас він формує характер повідомлення, інформації. Зазначені інструментальні мови використовуються для трансляції інформації. На цю особливість зауважував свого часу М. Маклюен. Він уважав, що зміст інформації

залежить від того, яким каналом вона транслюється (радіо, телебачення, газета). Пріоритетне значення він надає електронним або, як їх називає сам соціолог, електричним засобам, що формують думки, структурують наш досвід і визначають наші погляди на навколишній світ [10, с. 115]. Проте, як зазначалося, мова в різних ситуаціях знаходиться у тексті. В інформаційному суспільстві текст, як матеріал та продукт інформаційного виробництва, набуває статусу універсального засобу обміну. На думку І. Купер, текст – це специфічна соціальність, у межах якої формуються особливі «інститути», що дозволяють регулювати функціонування текстів, забезпечуючи системну окремішність цієї царини. До таких інститутів можна віднести засоби зберігання і трансляції текстів, засоби оформлення текстів, засоби розподілу текстів, стилістичні прийоми [8].

Сучасність характеризується новими інформаційними технологіями, багатозначністю та плюралізмом інформації, розподілом інформації на користь суспільства. У такій ситуації не можна не погодитися з роздумами відомого дослідника С. Леша [20], котрий виділяє наступні загальні риси інформаційного суспільства: по-перше, неконтрольоване розповсюдження потоків інформації, по-друге, ствердження актуальності лише теперішнього, що концентрується навколо комунікації, унаслідок чого суспільство стає надрухомим, втрачає стійкі відносини; по-третє, дезорієнтація людини пов'язана з руйнуванням трансляції значенневих концептів, що раніше надавалися традиційними поняттями, по-четверте, формується постлюдський порядок (post-human). Ці риси безпосередньо втілюються в гіпертексті, у його сучасній конфігурації.

У сучасній науковій літературі має місце думка про те, що гіпертекст з'являється в культурі набагато раніше, ніж поява інформаційного суспільства, інформаційної реальності. І в такому контексті до гіпертексту відносять книги, довідники, енциклопедії і навіть Біблію. Цей різновид У. Еко означає як текстовий гіпертекст [18]. Але така позиція будується на принципі лінійної побудови матеріалу, що виключає багатоаспектну комунікацію, виключає можливість кожного індивіда одночасно підтримувати контакт із десятками й сотнями людей, тобто виключає полілог. Гіпертекст набуває виразу колажу думок, текстів, інтерпретацій, тлумачень тощо. Гіпертекст виступає в якості глобального цілодобового літературного салону, в існуванні

«гостьової книги», текст якої спрямований до активного читача, котрий може взяти участь у її створенні, тим самим перетворюючи її на певне шоу. Незалежно від відстані, користувач може долучитися до інтенсивного творчого спілкування.

Ми погоджуємося з думкою У. Еко, що існує три різних типи гіпертексту [18]. Перший тип – текстуальний гіпертекст, що все ж є кінцевим і обмеженим; другий – має можливість зробити кожного читача автором; третій – гіпертекст як Інтернет, де зникає традиційне розуміння автора й відкривається нове поле для вільної творчості. Так, у своїй роботі «Від Гутенберга до Інтернету: текст і гіпертекст» мислитель звертає увагу на те, що у визначенні гіпертексту варто враховувати наступні взаємозв'язки: «книга – текст – письмо», «комп'ютер – Інтернет – комунікація», «гіпертекст – електронні засоби», «гіпертекст – візуальне – вербальне». Саме такий погляд став підставою для принципово нового висновку У. Еко: гіпертекст – це багатовимірна мережа, де кожна точка або вузол самостійно і без найменшого зусилля пов'язується з іншою точкою або вузлом тексту [18]. Гіпертекст маніфестує себе як джазовий джем-сейшен (від англ. jam session – термін, що описує спільну, послідовну індивідуальну й загальну імпровізацію на задану тему). Іншими словами, гіпертекст виступає індивідуальною/спільною імпровізацією на певну тему, виступає складовою мережевого простору

Розгляд гіпертексту в такому контексті підкреслює його особливу соціальність, що виникає лише на певному етапі людського суспільства; соціальність, що не є природно заданою. Так, у гіпертексті має місце наступне: тексти перехрещуються між собою, між ними відсутній один (єдиний) центр упорядкування, текст має хаотичну мережеву структуру, текст виходить за свої межі, розпорошується і з'єднується знову. У гіпертексті існує множинність інформації, що не може бути одночасно засвоєною суб'єктом. Використання множинності текстів, обмін ними за допомогою Інтернету та комп'ютера сприяє появі гіпертекстуальності. Вона трактується як багатозначність, полідискурсивність, багатоголосся віртуального спілкування. Саме Інтернет виступає ареною, де синхронізують свою взаємодію безліч соціальних суб'єктів, тим самим забезпечує міжкультурну взаємодію і співробітництво. Гіпертекстуальність має ще один важливий смисл: Інтернет сприяє формуванню загальної для всього людства

пам'яті як основи глобального характеру комунікації, як нової форми соціальної взаємодії, що містить певний смисловий зміст. Обмін символічними формами з використанням опосередкованих інтерактивних форм у теперішній час є доступний все більшій кількості людей. Гіпертекст, як втілення інформаційних технологій, створює можливості для формування спільнот нового виду, які дослідники називають віртуальними, кіберпросторовими або онлайн-спільнотами. Сьогодні ці спільноти постають динамічним, дискусійним і досить складним для сприйняття явищем.

М. М. Субботін, один із перших дослідників гіпертексту в пострадянському філософському просторі, розглядає гіпертекст як поєднання смислової структури, структури внутрішніх зв'язків, певного змісту і технічного середовища, технічних засобів, що надають можливість опанувати структуру цих смислових зв'язків, а також здійснювати переходи між взаємопов'язаними елементами [14]. Важливим є те, що смислові зв'язки притаманні людині, а технічні засоби є результатом творчої діяльності людини.

На думку Т. Нельсона, гіпертекст – це результат комп'ютерної революції, революції технологічної, на підставі якої він набуває нового вигляду. Головними чинниками цієї революції є Інтернет та комп'ютер, що надають людині нове «відчуття свободи».

Прикладом тлумачення гіпертексту як вільної концептуальної гри є загальновідома Вікіпедія, що демонструє відсутність центру, існування безлічі смислів, образів, точок зору, де втілюється принцип «Прийшов, побачив, відредагував» – кожний бажаючий може виступити автором смислу, творцем тексту, змінити й доповнити вже існуючий. Вікіпедія виступає справжньою колективною творчістю, де кожний охочий може вносити і змінювати текст. Учасники додають до Інтернет-енциклопедії нові «лінки» (зв'язки) і пов'язують їх між собою. Користувач у мережі не лише може знайти інформацію, але й поекспериментувати із сучасними способами колективного зберігання, пошуку, редагування і класифікації текстів, фотографій, аудіо та відео. Так, на думку дослідників, у гіпертексті «відоме для людини пов'язане з невідомим, те що утримується в пам'яті – із забутим. Уже сама навігація в гіпертексті... активізує асоціації у свідомості людини, допомагає шукати їй нові ідеї» [12, с. 216]. У Вікіпедії відсутнє спростування, проте присутні точки зору. Як зазначає Т. Лютий, існує

певна нерозв'язність усіх учасників/творців. Ця нерозв'язність спрямована на пошук нових стратегій мислення. Однією із стратегій і постає гіпертекст.

Чи можна погодитися з такою точкою зору? Уважаємо, що так. Мережа виникла, як і гіпертекст, на підставі Інтернету та комп'ютера і пов'язана з дисплеєм. Як гіпертекст, так і мережа долають лінійний запис, лінійну письмову комунікацію. Відбувається трансформація тексту від оповідального і буквеного комунікаційного нарративів до візуального. У Всесвітній мережі виникають конкурси мережевої літератури, з'являються віртуальні поетичні клуби тощо. Гіпертекст має вигляд постійного полілогу, як обміну смислами, значеннями, у котрі вступає кожний новий автор і кожний новий текст, що в перспективі охоплює все людство. У мережі все стає доступним: укладання парі, використання Інтернету для азартних ігор, проведення різноманітних лотерей, розповсюдження пропагандистських матеріалів, у тому числі й злочинних організацій, рецептів виготовлення зброї, наркотичних і психотропних засобів, методів зламу електронних та інших шифрів. Гіпертексту, як і мережі, притаманні нелінійність, варіативність інтерпретацій, нескінченні переходи між фрагментами, децентрованість, безмежність, деперсоналізація автора. Тобто, гіпертекст маніфестує себе як нелінійна організація тексту, як інформація, переміщення котрою визначається користувачем.

Гіпертекст змінює не лише сприйняття інформації, але й можливості її опрацювання. Сьогодні виникла ситуація, коли обговорення експертів має більше значення, ніж сам текст. У контексті електронного простору сама новина може мати для людини менше значення, ніж коментарі, якими новина обростає. Коли це явище зміщується в реальний світ, воно не лише призводить до зниження рейтингу новин, що в силу технічних причин не здатні забезпечити телеглядача подібним сервісом, але й до формування загального скепсису стосовно сприйняття інформації, котра транслюється односпрямовано. Новина без можливості коментарів викликає у глядача чи читача почуття тисняви, яке компенсується почуттям недовіри.

М. Кастельс підкреслює гнучкість гіпертексту, його адаптованість для трансляції будь-якого повідомлення, для будь-якої аудиторії [6]. Гіпертекст підкорив своєму впливу культуру слова й культуру письма, принципово трансформуючи їхню внутрішню структуру. Інформація

в результаті паралельної трансляції безлічі повідомлень різними каналами зв'язку створює колажове поєднання, що утворюється в гіпертекстових потоках, відповідно до чого гіпертекст має безперервний і мінливий характер. Це дозволяє людині вільно, без обмежень, висловлювати власну думку. З'явилася нова можливість самоствердження, можливість ділитися власними переживаннями, тривогами, роздумами. Інші користувачі отримали змогу їх прочитати, залишити свої коментарі, а іноді зв'язатися з мислителем для подальшого спілкування. Спілкуючись з іншими «невидимими» людьми, користувач розповідає про себе те, чого він не може розповісти близьким людям. Анонімність стає основною рисою спілкування, адже дає можливість писати про все, що хвилює людину. Користувач висловлюється перед спільнотою, створюючи блог (мережевий щоденник), спілкується з іншими, висловлює свої почуття за допомогою різних смайлів, що замінюють вияв власних емоцій на певне зображення. З'являється образ ідеальної людини, тому що Інтернет-простір приховує всі недоліки: користувач не бачить свого співрозмовника, а лише читає його. І від ступеня володіння мовою залежить ідеальність юзера. Проте, як зазначають дослідники, ця ситуація впливає на здатність людини вести внутрішній діалог із собою, що може мати досить негативні наслідки.

Сьогодні Інтернет і комп'ютер як соціокультурні феномени змінюють не тільки комунікаційний простір, але й комунікаційну дію. Природне середовище «людина – світ – відносини» замінюється на штучну «людина – комп'ютер – інтерактивність». На думку С. Леша, комунікативна дія розуміється як процес передачі інформації на всіх етапах розвитку людства від наскального живопису до найсучасніших інформаційно-комунікаційних технологій, глобальних інформаційних мереж [20].

Гіпертекст став ознакою медіарельності, її виразом. Існуючи в інформаційному просторі людина намагається певним чином закріпитися, ухопитися за дійсність, звести множинність значень в єдність, забезпечити цілісність сприйняття. Гіпертекст перестає бути лише текстом, відео й звук стають його невід'ємними складовими; гіпертекст перетворює «відсутність» у «присутність», адже індивід орієнтується на ідеї, відмовляючись від опертя виключно на слова. Відбувається перехід від вербального способу комунікації до візуально-



го, перехід від лінгвістичного повороту до медіального, що замінює іконічний. Іконічний поворот підкреслює пріоритет візуального над вербальним. Максима «Мова – буття людини», замінюється на максимуму «Дайте мені образ, і я переверну світ». Людина більше довіряє саме тому, що вона безпосередньо бачить, візуальному образу, що призводить до зміни поняття реальності. Остання стає об'єктом вільної інтерпретації, а візуалізація виступає основною тенденцією сучасного соціального простору: «Процеси абстрагування переходять в образи та візуальні знаки. І зустрічаєш їх скрізь. Образи призводять до зникнення речей, “дійсності”, а фото, фільми, відео стають оперттям для пам'яті. ... Усе менше людина належить до виконавця і все більше до споживача готових, штампованих образів, які вже не вимагають сили уявлення» [1, с. 17].

У науковій літературі зазначається, що величезна кількість інновацій, котрі продукуються сучасністю, руйнують цілісність культури як сучасної неklasичної культури. Адже жодна з попередніх епох у розвитку людства не знала таких тріумфів і таких катастроф, котрі характерні для сучасного суспільства. Така ситуація досить точно охарактеризована К. Доусоном: «Нова наукова культура позбавлена будь-якого позитивного значення. Вона являє собою величезний комплекс технічних прийомів та областей спеціалізації без духу, що спрямовує, без основи для загальних моральних цінностей, без єдиної духовної мети. Культура цього роду зовсім не культура в традиційному сенсі, тобто не є порядком, який містив би в собі кожную сторону людського життя в живій духовній спільності» [3, с. 272]. Культура, що виникає, таким чином, розглядається як джерело дезорієнтації особистості, тим самим, знаменуючи агресивне вторгнення матеріальної, технократичної культури, що, на думку дослідників, породжує відчай і ворожість, змінюючи й саму ідентичність людини.

Для більш визначеного уявлення про механізми становлення та розвитку гіпертексту варто звернутися до питання технології в широкому розумінні, її специфіки щодо буття людини. Концепт «технологія» у традиційному тлумаченні визначається, по-перше, як сукупність знань про способи обробки матеріалів, виробів, а також методи здійснення деяких виробничих процесів, по-друге, як сукупність операцій, що здійснюються певним способом і в певній послідовнос-

ті, з яких складається процес, тобто пов'язує технологію виключно з матеріальним виробництвом та виробничо-технологічними процесами. Ідеться про можливість раціональними способами змінювати той чи інший феномен, де головна увага приділяється сукупності технологічних операцій відповідно до певної послідовності. У технологічній культурі відбувається своєрідний симбіоз людини і техніки.

Необхідно зважати на те, що інтеграція людини й техніки рідко досягає «органічної» єдності. Між ними завжди існують гетерологічні відносини (від грец. ἕτερος – інший, другий і λόγος – слово), тобто відносини особливого роду (формально нерозв'язні). Мова йде про відносини порушеного континууму, що уможливають свого роду паралакс (від грец. παραλλάξ – зміна, чергування), зміщення кута зору. На думку М. Ямпольського, паралакс є необхідним і для опису природної тотальності [19]. У цьому контексті дослідник звертається до роздумів французького дослідника Жильбера Симондона. Останній зазначає, що між машиною і людиною повинні зберігатися відносини асиметрії, інакше або машина стане рабом людини, або людина – рабом машини. Асиметрія дозволяє техніці й людині розпочати процес взаємної детермінації / взаємної доповнюваності, де людина постає незавершеною істотою, що знаходить свою закінченість завдяки машині, а машина – істотою, що завдяки людині знаходить свою єдність і зв'язок з усім технічним світом. Ці ідеї дозволяють розглядати гіпертекст як продукт технологічної культури, що сьогодні виступає реальністю інформаційної епохи.

В основі технологічної культури знаходиться питання «Як зробити?», що заміщує питання «Що зробити?». Головна мета технологічної культури – дізнатися, як треба робити. Технологія (у її широкому розумінні) є найважливішим фактором, що визначає розвиток усіх сфер культури й суспільства в цілому – від мистецтва і масових комунікацій до бізнесу та політики. Вона виступає особливим видом інформації й комунікації, що продукує комунікативні засоби, які дозволяють людині підключатися до цілковито чужих для неї світів. Технологія долає час і простір, долає дистанцію. За допомогою новітніх технологій людина може бути присутньою онлайн, знаходячись далеко від визначеного місця. У результаті неможливе стає втіленим.

Поява в житті суспільства технологічної культури є результатом того безперечного факту, що сучасна техніка стає досить могутнім інструментом впливу на навколишній світ. Відтепер людині необхідно зрозуміти і визначити межі свого буття, означити нове питання – питання про цілеспрямований усебічний розвиток самої себе як людини в процесі комунікації з технікою. Така концепція всебічно розглядається науковою спільнотою як філософською, так і технічного знання. Дослідники зауважують, що сучасна людина виступає деміургом стосовно себе. Не випадково, що П. Козловські підкреслює зумовленість сучасної культури не мистецтвом і філософією, а наукою і технікою [7, с. 156]. Технологічна культура пов'язана не лише з новою формою діяльності та виробництва, маніфестуючи інноваційний напрям. Вона виникає як нова «невизначеність», котра постає її основною ознакою та нормою сучасного суспільства. Це суспільство в якості *ad hoc*, суспільство «рефлексивної сучасності».

Якщо скористатися терміном В. С. Стьопіна, то технологічну культуру можна охарактеризувати як «людиновимірну систему». Вона сприяє тому, що суб'єкт перетворюється в людиноподібну істоту, у «гібридний людино-технічний комплекс», унаслідок чого людина втрачає свою людськість. Ідеться про небезпеку виникнення антропоморфної істоти. Технологічна культура стає базовою в сферах політичного, економічного та соціального життя, у медицині, освіті, науці – усюди, де стверджується важливість технологічного досвіду, прийомів та засобів отримання інформації. Ця культура вже не запитує, наскільки людина зацікавлена, що характерно для наукового типу культури, чи наскільки її відчуття індивідуальні, що характерно для модерної культури. Вона запитує, наскільки людина досконала, що і характеризує її як неklasичну культуру. Остання відмовляється від стереотипів, що існують, натомість вимагає постійної генерації нових образів, ідей, концепцій, які втілюються в культурному контексті. Гіпертекст стає одним із проявів означеної ситуації.

З одного боку, технологія в сучасних умовах виступає феноменом, що трансформує майже всі сторони людського буття, з іншого боку, технології постійно трансформуються. Оскільки гіпертекст є продуктом сучасних технологій, то він зазнає постійної трансформації. Пошук необхідної інформації, обмін кореспонденцією тощо переноситься у сферу віртуальності. Людина перетворюється на своєрід-

ного «навігатора», завданням якого є пошук і проектування нової інформації в умовах її постійного міксування. Швидкість пошуку інформації, що зростає, накладає слід на бажання й можливості вирішення питань, які вимагають повільнішого режиму роботи. Відбувається вимивання, викреслення орієнтирів і символів, що не відповідають цим вимогам.

Виникли й стали широковживаними такі поняття як соціальні й культурні технології, технології навчання і реклами, а також технології сексу, кохання, медитації, обману тощо. Сучасні технології створили цілу індустрію під назвою «Е», що згодом виявилось в електронних книгах (e-book), електронних спільнотах (e-group), електронних магазинах (e-shopping), електронному управлінні (e-government), електронному здоров'ї (e-diets), а також інших «Е». Концепт «технологія» набуває універсального смислу, розповсюджуючись на всі ситуації, де людина впливає чи намагається вплинути на що-небудь чи кого-небудь. Власне технологія надає нові способи трансформації культури.

Відбувається трансформація самої технології – HI-TECH технології сьогодні замінюються HI-HUME технологіями. Виявилось, що ідея «безумовної досконалості» переорієнтовується від зміни навколишнього світу до зміни самого суб'єкту: на зміну «декартівському «людина-машина» прийшла інша метафора, інша когнітивна модель «людина-програма» [17, с. 236]. Технологічна культура, яка отримала змогу компенсувати «недоліки» людської природи, сьогодні виступає тією силою, що змінює безпосередньо саму людину. Як зазначають дослідники, технологічна перспектива найближчих десятиліть, а також пов'язана з нею метаморфоза human being може перетворити сучасну людину на новий вид, котрий можна визначити як eHomo [10]. Так, Білл Гейтс запатентував людське тіло як елемент безпроводного зв'язку, що виконує роль приймального-передавального пристрою на зовнішні пристрої, та оголосив його «об'єктом інтелектуальної власності» під №6 754 472 [8, с. 53]. Постає питання переосмислення традиційних констант «новевропейської метафізики гуманізму, розуму, надії», адже останні в сучасному світі зазнали значної кризи.

Не варто ігнорувати те, що під впливом технології сутність та існування людини сучасності набуває вже іншого смислу. Найвні різноманітні технології утворюють безліч варіацій. Вони спрямовуються

на вирішення різних проблем людського існування, у тому числі й культурного. Сучасна людина в умовах інформаційного суспільства використовує в процесі своєї життєдіяльності різноманітні технології. Останні призводять до зміни не лише часових, але й просторових координат, трансформують елементи як інформаційного, так і мережевого виробництва. Гіпертекст свідчить про таку трансформацію.

Гіпертекст не статичне явище в технологічній культурі. Динамічність функціонування гіпертексту й динамічність технологічних інновацій обумовлюють його різноманітну конфігурацію на підставі комп'ютера та Інтернету. Це твердження базується на наступних матеріалах. Інтернет, який історично пов'язують з проектом ARPA (Advanced Research Projects Agency) і ARPANET (мережею, котра поєднала академічні центри між собою), сьогодні постає феноменом, який максимально відповідає інтересам користувачів. Інтернет сприймається, насамперед, як Інтернет-ресурси, що засновані на такому інструменті як World Wide Web.

У цьому контексті цікавими є роздуми сучасного дослідника В. В. Тарасенка у статті «Антропология Інтернету: самоорганізація «людини, що клікає»» [15], де найбільш інноваційними у контексті розгляду гіпертексту є наступні висновки автора: по-перше, гіпертекст – це результат творчості людини, де головною детермінантою є людські пальці: людина прямує за ними й дивується тому, що вони створюють. Власне людина, на думку автора, починається із пальців рук. Останні розумніші, ніж мозок, адже палець швидше опановує нову дію, а розум іде за ним, створює можливі концепції та схеми пояснення. По-друге, результатом їхньої дії стає бриколаж як новий предмет чи об'єкт, що створюється із підручних, доступних матеріалів. Поступово бриколаж виступає не лише ознакою життя окремої людини, але й культурною нормою. По-третє, виникає особлива реальність людей, що «натискають», «клікають». Ідеться про Мережу, де людина отримує нові можливості «блукати» безмежним простором Інтернету. По-четверте, «людина, що клікає» існує в ситуації «зепінга» – «порхає» з каналу на канал, ніде не затримується надовго. По-п'яте, ця людина створює фрактальний наратив як деяку комунікативну макроструктуру рухів, завдяки чому можуть бути пізнаваними «дзеркала» сторінок Мережі. На нашу думку, В. В. Тарасенко надає теоретичні підстави для аналізу гіпертексту як антропотехніки. У гі-

пертексті людина постає «серфінгістом» (анг. surfing, surf – ковзання), котра хаотично блукає сайтами. У своїй праці «Суспільство контролю» Ж. Дельоз використав метафору «серфінга» для характеристики саме такої людини [2]. Гіпертекст засвідчує появу нового суб'єкту – «емігранта» Інтернет-простору.

Сучасна техніка у своєму безмежному поступі змінює не лише людину, але й людство в цілому. Поява homo faber, як вважає німецький дослідник Г. Йонас, призводить до його тріумфу не лише над своєю зовнішньою, але і внутрішньою природою [4]. На цій підставі виникають нові технологічні можливості діяльності людини, з'являються нові артефакти – витвори людини, що увійшли в світ, витвори, що діють на неї і через неї. Гіпертекст в умовах сьогодення є результатом творчості людини, її techne. І завдяки цьому гіпертекст є артефактом. Гіпертекст презентує себе як екран, ландшафт, де розгортається комунікативна подія, точніше дія. Екран змінює конфігурацію друкованого аркуша. Останній постає аркушем екрану. Вважаємо слушною думку М. Ямпольського, що саме екран є тим технологічним протезом, котрий дозволяє спроектувати образ свідомості поза людиною. Саме на екрані постійно відбувається синтез видимостей, коли один аспект образу синтезується з іншим [19].

Показовим у такому контексті є фільм Вуді Алена «Зеліг» (США, 1983). Використовуючи метод «перевтілення» режисер, на нашу думку, засвідчує доцільність положення М. Кастельса, що людина сама є гіпертекстом. Цей «документальний» фільм розповідає нам історію людини на ім'я Леонард Зеліг, котрий настільки сильно й пристрасно бажає «вписатися» в навколишній світ і бути в ньому улюбленим і успішним, що змінюється для цього буквально фізично. Він може бути ким завгодно – психіатром, гангстером (а через хвилину музикантом), актором; він може міняти колір шкіри, голос і манери поведінки в залежності від ситуації. Варто зазначити, що у фільмі зроблена одна з перших спроб трансформації мислення як Net-мислення в контексті Net-універсалізму (від англ. net – мережа) [13, с. 6]. Net-мислення розуміється як фрагментоване і гіпертекстуальне, котре змінює образ людини, ініціюючи глибинні зміни в її культурних практиках – у моральності, творчості, духовному досвіді тощо. Свого часу У. Бек наголошував, що особистість оперує уявленнями, які є рухомими, ірраціональними і найчастіше, ситуативними, внаслідок

чого порушується зв'язок між теперішнім, минулим і майбутнім. Проте, це – основна ознака сучасної людини, тому що відбувається зміна процесу сприйняття.

Отже, гіпертекст – новий феномен у житті сучасного інформаційного суспільства, який не можливо звести лише до технічних засобів спілкування. Він і артефакт, і антропотехніка, і мова «машини спілкування», і результат творчої діяльності людини. Гіпертекст трансформує горизонтальне поширення інформації, що вже не є контрольованим, продукує образи та смисли, котрі задають зміст нової реальності. Існуючи в просторі культури гіпертекст перестає бути лише текстом, адже відео та звук стають його невід'ємними складовими. Гіпертекст перетворює «відсутність» на «присутність», оскільки індивід виступає як його користувач і творець, відмовляється від операції виключно на слово. Друкований аркуш стає аркушем екрану, де розгортається комунікативна дія. Гіпертекст поєднує в собі природне/штучне, мовне/візуальне, людське/технічне; виступає різновидом культурних антропотехнік. Зазначимо, що культурні антропотехніки надають нове бачення, нову стратегію аналізу взаємодії «людина – техніка». Цей феномен у філософській антропології розглядається як технологія людської діяльності й накопичення людського досвіду, цінностей і розуміння. Гіпертекст є людиновимірною системою, до нього залучається особистісний досвід, тобто розширення, збільшення його потенційних можливостей. Він – своєрідна соціальність, особлива мова спілкування і комунікаційна дія. І в такому сенсі гіпертекст – матриця антропології.

## 2.9. Поэзия как философия

---

*«Ведь как много поэты говорят такого, что или сказано, или должно быть сказано философами»*

Сенека

Никто сегодня не будет оспаривать тот факт, что философия имеет много общего с искусством. В том числе и с поэзией, которая, по мнению многих, выступает как древний жанр предфилософии, на-

УДК 101:316.776

ББК 87.223

М42

К 20-летию кафедры ЮНЕСКО «Философия человеческого общения»  
и социально-гуманитарных дисциплин

*Рекомендовано к печати кафедрой ЮНЕСКО «Философия человеческого общения» и социально-гуманитарных дисциплин Харьковского национального технического университета сельского хозяйства имени Петра Василенко (протокол № 5 от 17.12.2016 г.)*

**Рецензенты:**

*В. А. Абашиник* – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и фундаментальных юридических дисциплин Харьковского экономико-правового университета;

*В. В. Гусаченко* – доктор философских наук, профессор Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

**Авторский коллектив:**

А. П. Алексеенко, М. В. Бейлин, Л. М. Газнюк, О. Г. Данильян, Л. Н. Дениско, А. П. Дзевань, С. А. Заветный, Л. А. Карпец, И. И. Куликова, А. А. Маляренко, Н. И. Моисеева, Е. Ю. Мошинская, Д. В. Петренко, С. Г. Пилипенко, Е. В. Прудникова, Ю. А. Семенова, К. П. Яковенко

Ответственный за выпуск С. Г. Пилипенко

Авторский коллектив искренне благодарит В. А. Прудникова  
за помощь в издании монографии

**Медиа** и философия: грани взаимодействия : монография / [А. П. Алексеенко, М. В. Бейлин, Л. М. Газнюк и др.] ; под ред. Л. Н. Дениско, С. А. Заветного. – Харьков, 2017. – 258 с.

ISBN 978-966-937-139-3

Коллективная монография посвящена философско-культурологическим и философско-антропологическим аспектам взаимодействия медиа и философии. В поле зрения авторов проблемы трансформации философии под влиянием медиа в современном информационном обществе. Отмечается, что взаимодействие медиа и философии в информационном обществе приобретает новую конфигурацию. Рассматриваются появление медиафилософии, становление медиареальности, медиасубъектов. Анализ указанных феноменов представлен в контексте новой парадигмы «мир – медиа – человек», которая не имела аналогов в предыдущие эпохи.

Для специалистов в области философской антропологии, философии культуры, социальной философии, культурных и социальных исследований и тех, кто интересуется вопросами медиафилософии и медиаантропологии.

**УДК 101:316.776**

**ББК 87.223**

© Алексеенко А. П., Бейлин М. В., Газнюк Л. М. и др., 2017

© Оформление. Издательство «Право», 2017

ISBN 978-966-937-139-3