

УДК 130.2

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2020.32.4>

МЕДІАЛЬНА ПРИРОДА УЯВИ В ГОРИЗОНТІ КУЛЬТУРИ МЕДІАРОЗМАЇТТЯ

Юлія Доброносова

*Національний транспортний університет,
факультет економіки та права, кафедра філософії та педагогіки
вул. М. Омеляновича-Павленка, 1, 01010, м. Київ, Україна*

Автор визначає уяву як важливий чинник розвитку цифрової медіакультури. Стаття охоплює широке коло питань, які характеризуються тяжінням до міждисциплінарності. Дослідження сконцентроване на осмисленні зв'язку між уявою і медіальністю. Автор приділяє особливу увагу осягненню медіальної природи уяви та обговорює її амбівалентну роль у сучасній медіакультурі і медіадосвіді.

Проблему екзистенціального і медіального смислу уяви визнано актуальною проблемою філософії медіа. Потенціал сучасних трансформацій уяви представлено як фактор розвитку повсякденного медіадосвіду і креативний ресурс медіакультури. Автор прослідковує історію філософського осмислення уяви як екзистенціальної передумови людського існування. У статті її розглянуто крізь призму онтологічних філософських концепцій.

Медіарозмаїття визнано характерною особливістю сучасної медіакультури. Нові медіа співіснують із медіа попередніх століть, творять мультимедійні мережі і вже стали нашим інтерфейсом для комунікації зі світом і уявою. У медіадосвіді уява поєднує різні пізнавальні здатності, можливе і дійсне, внутрішнє і зовнішнє. Синтезуюче її спрямування може по-різному виявляти себе в різних медіа. Сучасне медіарозмаїття передбачає актуалізацію багатьох їх властивостей. У сучасній медіакulturі поширене переплетіння індивідуального уявленого та соціального уявленого.

Мережа уяви з'єднує різні пізнавальні здатності людини, але вона має й амбівалентний екзистенціальний потенціал. Актуальне медіарозмаїття є розмаїттям виявів уяви, яка, на думку автора, може розглядатися як внутрішнє медіа досвіду. Мережева і позамережева комунікація переплітаються в актуальному персональному медіадосвіді. Медіа галактики Інтернет передбачають свій формат уяви, але її роль помітна вже в реальності мас-медіа або добу Гутенберга.

Перспективним напрямом подальших досліджень автор вважає вивчення маніпуляції уявою і осмислення методологічного медіафілософського потенціалу феноменології. Результати дослідження можуть бути використані у медіафілософських студіях медіаосвіти.

Ключові слова: уява, медіадосвід, внутрішнє медіа, медіальність, медіарозмаїття, медіакультура.

Медіамережеві технології початку XXI століття, які є горизонтом самореалізації особистості, змінюють структури життєсвіту. Присутні у культурі медіарозмаїття феноменологічні й епістемологічні сюжети людського існування зумовлюють **актуальність** філософського пізнання нових форм досвіду, а реконтекстуалізація екзистенціальних аспектів самоздійснення сприяє оновленню способів філософування. Йдеться про сув'язь запитів, які не одне десятиліття імпліцитно були присутні у спрямуваннях різних філософських дисциплін до того, як поширення цифрової техніки і медіамереж не актуалізувало певні властивості пізнання.

Якщо філософія прагне осмислити вплив нових медіа на соціокультурну реальність і виявити роль медіальності у людському досвіді, у центрі її пошуків неминуче опиниться *зв'язок між уявою та медіальністю в людському існуванні*. Обидва згадані феномени визначають специфіку досвіду особистості, що спонукає нас окреслити одну із можливих перспектив осмислення.

Метою розгляду є виявлення особливостей медіальної природи уяви у горизонті культури медіарозмаїття. Її реалізація потребує звернення до здобутків філософії медіа, філософської антропології і феноменології. Філософія осмислює уяву з часів античності, причому окреслені тоді сюжети її осягнення в наступні епохи реконтекстуалізуються. Довгий час їй не надавали основного статусу у пізнанні, періодично зринала ідея неоднозначності її ролі в досвіді. Проте і філософи, які прагнули окреслити уяву як перешкоду у пізнанні, і філософи, які звертали увагу на її екзистенціальний смисл, виходили на фіксацію її потенціалу *бути посередником* між різними пізнавальними здатностями.

У ХХ столітті з'явилися варіанти її онтологічного трактування: Мартін Гайдеггер, Гастон Башляр, Жан-Поль Сартр створили концепції уяви, актуалізуючи її смислотворчий потенціал та інтенційність. Проблематика трансформацій її пізнавального значення у соціокультурній реальності і медіакulturі, розрізнення типів уяви, притаманних домінуючому медіадосвіду постала з розвитком філософії медіа, але навіть у дослідників медіа вона зрідка була центральним предметом осмислення.

Про її значення в межах домінування різних медіа у культурі йдеться у роботах Маршалла Мак-Люена, Нікласа Лумана, Фрідріха Кіттлера, Вілема Флюссера і представників медіаархеології, на її ролі у медіадосвіді наголошують Кристоф Вульф, Дітмар Кампер, Лідія Стародубцева, Дмитрій Петренко і Катерина Батаєва. Проблематика медіа і медіальності є ключовою для сучасного філософського мислення, тому під час актуалізації *зв'язку між уявою і медіальністю* ми виходимо на перехрестя філософських пошуків, яке важливе для розуміння специфіки впливу медіарозмаїття на соціокультурну реальність і пізнання ролі уяви в медіадосвіді.

У сучасній медіакulturі цифрові медіа активізують потенціал уяви, творять нові можливості й інтенсифікують переходи між реальним і можливим. Гібридна мова мультимедіа передбачає поліваріантність інтерпретацій і активне задіявання її можливостей для прочитування текстових і візуальних повідомлень і їх привласнення. Актуальне медіарозмаїття, яке пронизує повсякдення, можна назвати *розмаїттям виявів уяви*. Однак недалекоглядно було б приписати надміру індивідуального і соціального уявного у сучасній медіакulturі лише деструктивні тенденції та вбачати в ньому дещо протилежне раціональному.

Уява – складний феномен і важлива екзистенціальна підстава людського існування, яка активно впливає на конституювання соціокультурної дійсності. Недарма Фредерик Нейра [1, с. 186] пропонує заново виявити її місце і функцію та виділяє денну (калькує реальність), нічну (із мінімальною задіяністю свідомості) і сутінково-творчу уяву. Остання перехідна форма набуває виняткового значення в медіакommунікаціях, які, за влучним спостереженням Лідії Стародубцевої [2], є парадоксальним поєднанням комунікації і дискommунікації.

Інтерсуб'єктивність та інтерекзистенціальність медіадосвіду уможливорюються пізнавальним та екзистенціальним потенціалом уяви. Мабуть тому Дітмар Кампер [3] стверджує, що її недосить розглядати як пізнавальну здатність, бо вона давніша за конструкцію новочасного суб'єкта та є енергією, яка уможливує зустріч із буттям, коли не уява належить людині, а людина – уяві. Заклик філософа до протидії атрофії уяви в сучасному світі базується на розумінні цінності *втіленої уяви*, яка передбачає «мислення тіла».

На її особливий екзистенціальний статус звертає увагу і Кристоф Вульф [4], який називає її умовою людського існування, енергією, що поєднує людину зі світом і світ із людиною, мостом між внутрішнім і зовнішнім. «Вона є хіастичною (відбувається перетин внутрішнього і зовнішнього), і в цій функції полягає її призначення» [4, с. 271]. Смісловий

зв'язок «уява – можливе – медіа» здавна присутній у повсякденні і з'являється не в актуальній медіакulturі Галактики Інтернет (Мануель Кастельс), а помітний вже у горизонті Галактики Гутенберга і культури книгодруку (Маршалл Мак-Люен), реальності мас-медіа (Ніклас Луман).

Якщо розглядати медіа як варіанти історично і культурно зумовлених діяльності і комунікації, то справедливо вказати на взаємозумовленість уяви і розвитку медіа певної доби. Особа має досвід у межах можливостей медіа свого часу, які творять *горизонт можливостей уяви*, проте нині можна спостерігати і деградацію індивідуальної уяви та підміну її готовими зразками поширеного у медіамережах уявленого. З одного боку такі деструктивні явища як інформаційні міфи, дезінформація, глибинні фейки і маніпуляція не були б можливими без задіювання уяви медіаспоживачів і комунікантів, з іншого вони передбачають змізнення уяви або програмування її спрямувань, коли особа «поступово втрачає здатність відчувати самостійно, всі ці реакції їй диктує штучна людина, створена медіа» [5, с. 87]

Простір інтернету варто розглядати як частину актуального повсякдення, в якому медіамережевий досвід щільно переплітається із досвідом позамережевим. За спостереженням Лідії Стародубцевої завдяки новим медіа ми отримуємо можливість пережити «тут і зараз» те, що відбувається «там і тоді», проте тонка межа між віртуальним образом і реальним фактом має здатність стиратися з пам'яті, у результаті чого, можливо, «по певному часу ми вже не в змозі будемо точно пригадати, чи були ми присутніми в тому чи іншому місці або тільки дивилися он-лайн трансляцію з місця події» [6, с. 37].

Поширення портативних цифрових пристроїв і зростання мережевої активності особи призводять до того, що значна частина її життя передбачає існування у «міжсвітті» із накопиченням різних варіантів медіадосвіду. Дмитрій Куликов [7] розглядає медіамережі як особливий тип соціальної реальності із притаманним їй когнітивним стилем, коли залучена до медіамережевої реальності особа залишається у позамережевому повсякденні, а її існування ніби роздвоюється на два переплетені світи.

Так конститується опосередкована цифровими медіамережами *змішана реальність*, яка перебуває між світом повсякдення і світом уявленим, формується гібридний світ медіарозмаїття. Уява у цьому горизонті є необхідною ланкою, точніше – мостом. Ми могли б означити її як *внутрішнє медіа із мережевою структурою*, адже *медіальність* як екзистенціальна прикмета людського досвіду набуває своєї специфіки завдяки *медіальному потенціалу уяви*. Тут йдеться про притаманну людському способу існування-пізнання *внутрішню медіальність*, яка активно взаємодіє у культурі із різноманітними медіа як засобами творення смислів і підтримання комунікації: межа між внутрішнім і зовнішнім у індивідуальному досвіді розмивається, і одну із ключових ролей у цьому відіграє уява. (Говорячи про неї як *внутрішнє медіа досвіду*, варто згадати обґрунтування Іллею Іншевим [8, с. 6] поняття медіальності як моделі, яка дозволяє осмислити взаємозв'язок мови і світу, структуру комунікативного досвіду, не звертаючись до протиставлень суб'єкта і об'єкта, універсального і фактичного).

У різні часи медіатехнічні умови самореалізації особи створюють образи і виводять на перший план ті чи інші характеристики уяви. Із появою нових цифрових медіа і зміною технологічних платформ масштабуються і її вияви як пізнавальної здатності, надмірної в екзистенціальному плані. Медіакulturі рукопису і книгодруку відповідав формат уяви із певними особливостями. Можна говорити і про уяву, притаманну реальності мас-медіа та медіа цифрової доби. Однак базові її характеристики залишаються чинними у різних медіагоризонтах.

Вказівки на особливості уяви як внутрішнього медіа і засади медіальності можна знайти в концепціях, створених у медіагоризонті, відмінному від актуального медіарозмаїття. Вже у Платона поруч із неоднозначною оцінкою уяви з'являється акцент на її статусі посередника, який творить і з'єднує образи: медіальна функція виявляється у поєднанні чуттєвого і раціонального, уявлень і відчуттів, дійсного і можливого.

У «Філебі» філософ порівнює уявлення і насолоди, акцентуючи увагу на тому, що вони бувають як істинні, так і хибні. За Платоном істинні уявлення з'являються так само, як і хибні, а той, хто уявляє хибно, все одно уявляє. Філософ пов'язує міркування про уяву із осмисленням пам'яті і надії, причому образ посередника-медіума виявляється неунікним. Говорячи про пам'ять, яка записує у душі враження, він уподібнює її до книги і зіставляє образи писця і живописця, які по-різному фіксують враження.

І Платон, і Арістотель неоднозначно оцінюють зв'язок між уявою і фантазією, але обидва фіксують, що медіальний потенціал уяви спрацьовує у поєднанні нею уявлення, пам'яті, мовлення і мислення. (Поль Рікер у «Пам'яті, історії, забутті» [9, с. 23–30] реактуалізує як зв'язок між уявою та пам'яттю, так і їх розмежування та, осмислюючи античну спадщину осягнення здатності людини уявляти, звертає увагу на платонівське охоплення проблематики пам'яті проблематикою уяви та арістотелівське залучення проблематики образу до проблематики пам'яті. Він не втомлюється акцентувати увагу на поміченому давньогрецькою філософією зв'язку між уявою та часом, в якому представлено зародок осмислення дражливого зв'язку між уявою і медіальністю).

Найближчими до розкриття медіальної природи уяви у ХХ столітті виявилися Мартін Гайдеггер, Гастон Башляр, Жан-Поль Сартр. Створені ними концепції уяви постали в горизонті медіакультури із певним ступенем розвитку медіарозмаїття, хоча і не настільки агресивного, як нинішнє. Рамковою для них стала ідея про уяву як продуктивну здатність свідомості та вияв її свободи. Висновки згаданих філософів могли б стати засновками для міркувань про її медіальну природу в контексті випробовування нових методологій пізнання зв'язку між внутрішньою медіальністю людського досвіду та зовнішньою медіальністю медіарозмаїття.

(Помічена Іллею Іншевим [8, с. 45] взаємодоповнюваність філософії медіа і феноменологічної герменевтики відкриває нові можливості для реінтерпретації феномену уяви у горизонті нових цифрових медіамереж. Важко не погодитися із дослідником, що орієнтація на *медіалістську модель* людського досвіду на повен голос зазвучала у філософії з середини ХХ століття і набула чітких обрисів у феноменологічній герменевтиці, яка запропонувала універсалістське трактування людського досвіду у його цілісності і розгляд того, хто пізнає, як того, хто залишається всередині світу, вирішення парадоксальності цієї ситуації за рахунок введення поняття «*медіуму*» не як інструменту-посередника, а як середовища, яке структурує простір досвіду. Не дивно, що у цьому річищі філософії з'явилася і новітня концепція уяви. Цей момент можна назвати ключем до реактуалізації її смислу у медіадосвіді).

Мартін Гайдеггер у праці «Кант і проблема метафізики» [10] реконструює осягнення уяви в Іммануїла Канта та стверджує, що здатність уяви споглядати без присутності предмету є осереддям онтологічного пізнання та коренем чуттєвості і розсудку. У такій інтерпретації вона є спонтанною і незалежною від інших причин, окрім себе самої, і постає джерелом чуттєвого споглядання і теоретичного розмислу, тому і людина – це насамперед продуктивна уява.

У «Цолліконовських семінарах» [11] Гайдеггер осмислює її у зв'язку із поняттям актуалізації, яка є осереддям уяви, адже на місце актуалізованого феномену людина ста-

вить інший феномен, який уявляє. Александр Шадов [12, с. 71] звертає увагу на показові думки філософа «Пролегоменів до історії поняття часу» і «Пояснень до поезії Гельдерліна»: уява має чистий пізнавальний характер, адже у ній дане саме суще; місцем вияву її спонтанності і свободи є гра, а сама вона є *посередником* між відчуттями і думками.

Гайдеггерівське осмислення уяви дозволяє зрозуміти її особливий статус у соціокультурній реальності медіамереж. Якщо із перспективи Гайдеггера розглянути існування особи в горизонті сучасного медіарозмаїття, то увиразниться, що у ньому актуалізуються притаманне уяві поєднання внутрішніх і зовнішніх відчуттів, формування переживання перебування у певній реальності, ігровий аспект і здатність творити образи.

У медіадосвіді особа отримує можливості перебувати відразу у двох реальностях, протиставляючи і з'єднуючи їх у різноманітні, часом химерні способи: позаекранна і екранна реальності взаємодіють, причому періодично одна із них може сприйматися як умовна. Таким чином і виявляється медіальний потенціал уяви. Для подібного досвіду характерне переплетіння продуктивної (творчої) та репродуктивної (відтворюючої) уяви, причому часто особа не усвідомлює, яким чином на неї впливає таке переплетіння, адже існує у ситуації «дереалізації реальності» (Джанні Ваттімо).

Нині у медіарозмаїтті можна розгледіти сліди культури Постмодерну. Недарма теоретик мережевого соціуму Мануель Кастельс [13] називає двома великими відкриттями сучасної доби мультимедіа і гіпертекст. У питанні «втільнення» постмодерних прикмет у Галактиці Інтернет і практиках медіамереж нам близька теза Вольфганга Вельша [14, с. 16–18] про Постмодерн як форму трансформації Модерну зі специфічною концепцією «перехідного розуму» і радикальної плюральності.

Ілля Інішев називає цифрові технології втіленням діалектики Модерну, причому сучасні гаджети без дротів приєднані до інтернету, можна розглянути «як пункти конвергенції матеріального, тілесного, чуттєвого і смислового» [15, с. 37], а така конвергенція є процесом і результатом *трансформації матерії у медіум*.

Отже, цифрові медіа творять віртуальний простір циркуляції образів і поступово витісняють на задній план свою матеріальну конституцію. Нашарування індивідуального і колективного уявлюваного в образах, трансльованих медіамережами, є прикметною особливістю сучасного медіагоризонту та інтенсифікацією процесів, започаткованих ще в культурі Модерну, що свідчить про незавершеність проекту Модерну і його імпліцитну присутність всередині Постмодерну.

У задіяній у медіадосвіді уяві насамперед увиразнений зв'язок між дійсним і можливим. Образи, створені уявою і поширені в медіакulturі, трансформують подальший досвід особи і можуть спонукати її до певних дій. Александр Шадов [16, с. 68] звертає увагу на зв'язок між уявою, можливістю і свободою особистості і наголошує на категоріальній *двоєдності уяви і можливості*, де перша виступає як актуалізована в уявленні можливість або можливість, яка перебуває на прикордонні дійсності. Цей момент увиразнюється у зв'язку між мережевим і позамережевим існуванням особи в горизонті сучасної медіакulturі.

Медіальний потенціал уяви у медіарозмаїтті виявляється під час створення і перетворення образів та під час фіксації зв'язку між ними, він неунікний і в поєднанні у спогляданні дійсних і можливих переживань та емоцій, переформатуванні уявлень, увиразненні екзистенціальних, самоактуалізаційних і комунікативних спрямувань особистості. По суті *уява як мережа* з'єднує пізнавальні здатності людини і формує «операційну систему» медіальності, співмірну із медіамережами. Характерні для людського досвіду опозиції внутрішнього / зовнішнього та відкритості / закритості завдяки її спрямованості на синтез можуть як оприсутнюватися, так і зникати.

Ілля Інішев [15, с. 37–38] вводить концепти *розподіленого і нерозподіленого образного* та означає притаманну сучасній культурі образність як *розподілену*, яка може супроводжувати нас у повсякденні, але її образи важко охарактеризувати, спираючись на опозиції внутрішнього / зовнішнього та дійсності / фантазії. Вона виступає ключовою умовою доступу до світу та існування у ньому, тоді як *нерозподілене образне* притаманне медіагоризонту минулих століть. Обидва види образного, за словами Інішева, перебувають у діалектичних стосунках: розподілена образність не могла б поширитися, якби раніше не існувало нерозподіленої.

Ключовим фактором створення розподілених форм образного виступають мобільності, проте всі процеси і метаморфози, пов'язані із циркуляцією розподіленого образного, відбуваються як мікроподії, а їх сценою є імагінативний і перцептивний досвід. Тут ми знову стикаємося із ключовою в людському існуванні екзистенціальною і пізнавальною роллю уяви, яка в культурі розподіленої образності набуває особливого значення.

Актуальний медіадосвід увиразнює не лише здатність уяви творити і споглядати образи, але і її здатність з'єднувати образи в ціле аж до того, що поєднані елементи втрачають свій попередній смисл поза межами єдності. Цей момент може мати різні наслідки для особи у самоактуалізації. Так, у медіадосвіді *уява стає осереддям парадоксальності людського існування*, що виявляється у зв'язках між можливим і дійсним, зовнішнім і внутрішнім.

У медіамережевій дійсності повсякдення уява розгортає свій медіальний потенціал у подіях і ситуаціях, творячи і комбінуючи образи індивідуального і соціального уявленого. Важко не погодитися із Кристофом Вульфом [4, с. 283], що уява є не лише здатністю робити відсутнє присутнім, але й дозволяє перетворити і створити розрізнення, винайти нове, адже вона не зороцентрична, а кінестетична сила. Дослідник розрізняє три види образів: образ як магічна присутність, образ як міметична репрезентація та образ як технічна симуляція, між якими існує безліч перехресть.

Очевидно, що у сучасній медіакulturі масштабно множиться третій тип образів, і часто людина стає споживачем готових зразків, які не потребують сили уяви. Все-таки основою їх впливу залишається її статус внутрішнього медіа і запоруки існування медіальності. Вульф вказує, що внутрішні образи конституують людську свідомість, і вона не лише призводить до трансформації зовнішнього світу в образи і переведення їх у людську свідомість, але й вбудовує особу у культурний та історичний порядок, що визначає наше ставлення до світу, до Інших, до себе самих, причому у внутрішніх образах «відбувається накладання індивідуальних і колективних образів уявлюваного і образів зовнішнього світу» [4, с. 278].

Виділені філософом образи як регулятори поведінки, образи-орієнтири, образи бажання, образи волі, образи-спогади, міметичні образи і архетипові образи здебільшого формують структуру актуального медіарозмаїття. У горизонті розподіленої образності медіамережі і позамережевої дійсності інтенсифікується потенціал уяви *бути внутрішнім медіа та поєднувати різні версії медіальності у цілісному медіадосвіді*. Це пов'язано із особливістю актуальної медіамережевої образності, яку Ілля Інішев [15, с. 40] називає *революційним потенціалом розподіленої образності*. Йдеться про подвійне перепривласнення імагінативного (насамперед соціального уявленого), у якому кожен індивід бере участь тілесно: привласнення уяви як перманентного фактору повсякденного життя індивіда, що структурує його досвід матеріальних і соціальних довкілля, перепривласнення як переведення соціального уявленого у модус індивідуального перформансу.

У горизонті медіарозмаїття на перший план виходять такі особливості уяви як миттєве охоплення цілого, створення єдності із позірно різнорідних частин і забігання вперед у передбаченні можливостей і спогляданні, яке має випереджальний характер. Зв'язок між уявою і волею може увиразнюватися у впливі медіамережових образів на спрямування особистої самореалізації. Її медіальний статус виявляється у встановленні різноманітних зв'язків між образами з медіамережевою реальності та планом дії особи у позамережевій дійсності. Останній момент відкриває можливості для використання маніпулятивного потенціалу медіамереж. Притаманне уяві синтезуюче спрямування може по-різному виявляти себе у різних медіа, водночас вона завжди бере активну участь у трансформації медіадосвіду в повсякденні.

Продовжуючи думки Іллі Інішева, можна стверджувати, що розподіленій образності відповідає формат *розподіленої уяви*, вкоріненої у нові співвідношення можливого і дійсного у нових медіа. Її функції у горизонті актуальної медіакультури виводять на перший план переплетіння індивідуального і соціального уявленого в медіадосвіді особи, тому йдеться про інтерсуб'єктивний та інтерекзистенціальний характер уяви, навіть у випадках, коли її образи позірно індивідуалізовані.

Висновки. На початку XXI століття важко уявити самореалізацію особи без медіадосвіду, який передбачає і актуальний досвід уяви. Розробка концептуальних підходів до нього не можлива без дослідження ролі уяви у розгортанні можливостей, які дають особі медіамережі та конвергентно переплетені медіа, без осмислення підстав впливу на неї викликів медіарозмаїття. Спираючись на здобутки філософії XX – початку XXI століть, можна означити уяву як внутрішнє медіа, яке має мережеву природу, відіграє виняткову екзистенціальну і пізнавальну роль у структурі медіадосвіду та бере участь у конституюванні життєсвіту повсякдення, важливою частиною якого є існування особи у міжсвітті дійсного і можливого, зовнішнього і внутрішнього, мережевого і позамережевого.

У горизонті медіарозмаїття по-новому постає проблематика інтенційності, інтерсуб'єктивності і конституювання реальності. Базою розгортання можливостей впливу сучасної медіакультури на самореалізацію особи є *можливості уяви та уява як можливість*. Маніпуляція і керування нею належать до найбільших викликів сучасності, тому розробка стратегій ефективного опору деструктивним впливам медіарозмаїття передбачає осмислення зв'язку між уявою і медіальністю у структурі індивідуального досвіду. Ключем до вирішення таких завдань може стати подальший розгляд медіального потенціалу уяви з перспектив її феноменологічної концептуалізації.

Список використаної літератури

1. Нейра Фредерик. Сумеречное воображение: вымысел, миф и иллюзия. / Пер. с франц. Марины Бендет. *Логос*. 2015. № 3(105). С. 179–195.
2. Стародубцева Лидия. Медиология разрыва: три парадокса дискоммуникации. *Комунікація*. 2012. № 2. С. 59–71.
3. Kamper D. *Zur Soziologie der Imagination*. München : Hanser, 1986. S. 150–154.
4. Вульф Кристоф. Homo pictor или возникновение человека из воображения. / Пер. с нем. Гульнэры Хайдаровой. *Антология медиафилософии*. Санкт-Петербург : Издательство РХГА, 2013. С. 270–283.
5. Почепцов Георгий. (Дез)информация. Київ : ПАЛИВОДА А.В., 2019. 248 с.
6. Стародубцева Лидия. Паноптикон, «прозрачное общество» и новые медиа. *Український соціологічний журнал*. 2017. № 1-2. С. 35–42.
7. Куликов Д.В. Феноменологический метод и мир медийных социальных сетей. *Ярославский педагогический вестник*. 2006. № 1. С. 75–81.

8. Инишев Илья. Интенциональность и медиальность: генезис и трансформация феноменологической герменевтики. Автореф. дис. док-ра филол. наук: 09.00.03. Москва, 2015. 66 с.
9. Рикёр Поль. Память, история, забвение. / Пер. с франц. И.И. Блауберг, И.С. Вдовина, О.И. Мачульской, Г.М. Тавризян. Москва : Издательство гуманитарной литературы, 2004. 728 с.
10. Хайдеггер Мартин. Кант и проблема метафизики. / Пер. с нем. О.В. Никифорова. Москва : Русское феноменологическое общество; Логос, 1997. 176 с.
11. Хайдеггер Мартин. Цолликоновские семинары. / Пер. с нем. Ирины Глуховой. Вильнюс : Издательство ЕГУ, 2012. 406 с.
12. Шадов А.А. Концепция спонтанного воображения в онтологии М. Хайдеггера. *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки*. Т. 8. № 2. 2017. С. 68–74.
13. Кастельс Мануэль. Интернет-галактика. Міркування щодо інтернету, бізнесу і суспільства / Пер. з англ. Е.Г. Ганиш, А.Б. Волкова. Київ : Ваклер, 2007. 304 с.
14. Вельш Вольфганг. Наш постмодерний модерн / Пер. з нім. А. Богачова, М.Д. Култаєвої, Л.А. Ситниченко. Київ : Альтерпрес, 2004. 328 с.
15. Инишев Илья. Распределённая образность: имажинативные практики современной культуры. *ПРАΞИМА*. 2020. № 1(23). С. 31–46.
16. Шадов А.А. Воображение как познание возможности и возможность как инициирование воображения. *Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки*. Т. 9. № 2. 2018. С. 64–70.

MEDIAL CHARACTER OF IMAGINATION NEAR HORIZON OF MEDIAVARIETY

Yulia Dobronosova

*National Transport University,
Faculty of Economics and Law, Department of Philosophy and Pedagogy
Omelyanovycha-Pavlenka str., 1, 01010, Kyiv, Ukraine*

The author identifies the imagination as an important factor of development digital mediaculture. The article covers a large range of topics, with an interdisciplinary inclination. The focus of the study is the reflection of connection between imagination and mediality. The author pays special attention to the study of medial character of the phenomenon of imagination and discusses its ambivalent role in the modern mediaculture and mediaexperience.

Problem of existential and medial meaning of imagination are recognized as actual problem of mediaphilosophy. The potential of modern transformations of imagination presented as a factor in the development of everyday mediaexperience and the creative resource of media culture. The author traces the history of philosophical understanding of imagination as an existential prerequisite of human existence.

The article considers the imagination through the lens of its ontological philosophical conceptions. The paper defines mediavariety as a characteristic feature of modern mediaculture. New media co-exist with media of previous centuries and create complex multimedia networks. Now it has become our interface for communication to the world and to our imagination. The imagination combines different cognitive abilities, possible and real, internal and external in the mediaexperience.

The synthesizing direction of imagination can manifest itself in different ways in different media. Modern mediavariety involves the actualization of many properties of the imagination. The intertwining of individual imaginary and social imaginary are widespread in the modern mediaculture. Network of mediaculture combines different cognitive abilities, but now it has ambivalent existential potential. Actual mediavariety is variety of imagination.

In the authors' opinion, it can be seen as an internal media of experience. Network and offline communication are intertwined in the current personal mediaexperience. The media of the Internet Galaxy provide their own format of imagination, but the role of imagination in the mediaculture is noticeable in the reality of mass-media or the Gutenberg Galaxy. The author considers as promising direction of future research of study of imagination manipulation and comprehension of methodological mediaphilosophical potential of phenomenology. Results of research can be used in mediaphilosophical research of mediaeducation.

Key words: imagination, mediaexperience, internal media, mediality, mediavariety, mediaculture.