

УДК 1:316.77:004.9

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.63.31>

ФЕНОМЕН МЕДІАЛЬНОЇ СУБ'ЄКТИВНОСТІ ПЕРЕД ВИКЛИКАМИ ЦИФРОВОЇ АУДІОВІЗУАЛЬНОСТІ ТА АЛГОРИТМІВ

Тетяна Шоріна

*Державний університет «Київський авіаційний інститут»,
факультет психології, комунікацій та перекладу,
кафедра політології, соціології та філософії
просп. Любомира Гузара, 1, 03058, м. Київ, Україна
<https://orcid.org/0000-0001-9281-7840>*

У статті досліджується феномен медіальної суб'єктивності в контексті викликів, які створює сучасна цифрова аудіовізуальність та алгоритмічні режими видимості. З'ясовано, що на відміну від модерної моделі автономного суб'єкта, цифрове середовище формує суб'єктивність, чия ідентичність конститується у технічній медіації – через інтерфейси, алгоритми, апаратні засоби зйомки, форми візуального самовираження та платформенні нормативи. Цифрова аудіовізуальність не лише транслює зміст, а й формує структури досвіду, нарративні схеми та режими тілесної присутності, визначаючи умови можливості сучасної суб'єктивності.

Методологічну основу дослідження становлять феноменологічні (М. Мерло-Понті, Д. Іхде), герменевтичні (П. Рікер), технокритичні (М. Маклюен, Ж. Елюль, Б. Стіглер), візуальні (В. Дж. Т. Мітчелл, В. Флюссер, Ж. Бодріяр) та соціально-конструктивістські (Е. Гофман, Д. Батлер, Р. Ковер) підходи, що дає змогу концептуалізувати цифрову ідентичність як процес, у якому екранна тілесність (Д. Іхде), нестабільна інтерпретативність, симулятивність технічних зображень та алгоритмічна нормалізація взаємодіють у складній конфігурації.

Доведено, що цифрова суб'єктивність функціонує в режимі фрагментації, смислової нестійкості та алгоритмічного контролю видимості, що порушує рівновагу між *idem* та *ipse*, описану П. Рікером. Алгоритмічна селекція, технічна програмованість образів і перформативні стандарти платформ визначають форми публічної присутності й моделюють можливості самореалізації суб'єкта. Зроблено висновок, що цифрова аудіовізуальність створює як матеріальні, так і символічні умови для нової форми медіальної суб'єктивності, яка водночас вразлива до алгоритмічної нормалізації та здатна до вироблення відносної цілісності в межах технічно структурованого середовища.

Ключові слова: медіальна суб'єктивність, цифрова аудіовізуальність, алгоритмічна видимість, технічний образ, перформативність, ідентичність.

Цифрове середовище ХХІ століття, що пронизане алгоритмічними потоками та аудіовізуальними інтерфейсами, створює принципово нову онтологічну ситуацію для суб'єкта. Класична модель суб'єкта Модерну, спадкоємця картезіанського *cogito* та кантіанської автономії, конституювалася через ідеали самопрозорості розуму й суверенного самовизначення. Цей суб'єкт мислився як джерело й центр свого власного досвіду. Однак у добу цифрових технологій ми спостерігаємо радикальний зсув, за яким суб'єкт більше не передує техніці, а формується всередині структури технічної опосередкованості. Як зазначав філософ-постструктураліст Б. Стіглер, техніка не є нейтральним інструментом, а виконує роль «органології», що конститує саму нашу психічну та колективну індивідуальність [1]. Вона стає «третім запам'ятовувальним» (*rétenion tertiaire*), що визначає умови нашого сприйняття, пам'яті, отже, й самості.

Цей онтологічний зсув набуває особливої виразності в царині аудіовізуальної комунікації. Саме тут Я розкривається не стільки як внутрішній досвід, скільки як зовнішній, медіалізований образ. Цей образ існує в гібридному просторі, де його буття детерміноване триединою логікою: алгоритмів (що керують видимістю та ранжують увагу), інтерфейсів (що задають можливі способи самовираження) та соціальних реакцій (лайків, коментарів, репостів), що виконують функцію конституційного дзеркала. Тому аудіовізуальність більше не є просто репрезентацією, вона стає середовищем існування, новим «аудіовізуальним габітусом», у сенсі просторово-сенсорної схеми, аналогічної до габітусу за П. Бурдьє.

Мета статті – з'ясувати, як технічні умови видимості, притаманні цифровим платформам, трансформують філософські уявлення про самість, тілесність та нарративну цілісність суб'єкта. *Завдання статті*: окреслити специфічні виклики для формування та підтримання ідентичності, що виникають унаслідок цифрової аудіовізуальності як домінантної форми медіації; проаналізувати, як ці виклики впливають на внутрішню структуру медіальної суб'єктивності та модифікують її ключові параметри.

Опис онтологічного переходу в бутті суб'єкта в цифровому середовищі вимагає чіткого визначення теоретичного інструментарію, здатного концептуалізувати цю нову реальність. Таким ключовим поняттям для нашого аналізу є медіальна суб'єктивність. Під медіальною суб'єктивністю ми розумітимемо такий спосіб конституції Я, у якому медіа є не зовнішніми каналами комунікації, а внутрішніми, конститутивними умовами самого досвіду самосвідомості та самопобудови.

Ця позиція радикально відрізняється від інструменталістського погляду на медіа. Як наголошує Д. Мерш, медіа слід розуміти не як нейтральні «посередники», а як «умови можливості культурної присутності» [2]. Інакше кажучи, медіа не просто передають готові образи чи ідеї; вони активізують певні режими уваги, форми видимості та способи бути-у-світі, які були б неможливі поза їхнім горизонтом. Такий методологічний підхід дає змогу розглядати суб'єкта не як автономну сутність, яку далі використовує медіа, а як феномен, що завжди вже медіалізований, тобто сформований техніко-символічними порядками конкретної епохи, від усної культури до друку та, нарешті, до цифрового екрана.

Філософська значущість цього підходу стає особливо очевидною саме в контексті цифрової аудіовізуальності. На відміну від письма, що конституювало суб'єкта рефлексивного та нарративного, чи фотографії, яка фіксувала минулий момент, цифрова аудіовізуальність розгортається в реальному часі, формуючи унікальний ефект «бути-в-екрані» (being-on-screen). Цей режим існування, на думку Г. У. Гумбрехта, можна схарактеризувати як «присутність» (presence), що продукується не глибиною змісту, а інтенсивністю медійного ефекту та миттєвістю зв'язку [3].

Таке «бути-в-екрані» фундаментально змінює не лише спосіб присутності для іншого, а й механізми самореференції. Суб'єкт більше не звертається до себе виключно через внутрішній діалог чи фіксований текст; він переживає себе у формі динамічного, вразливого та соціально залежного образу. Цей образ існує в полі миттєвого алгоритмічного оцінювання (лайки, перегляди) й постійної корекції.

Дослідження медіальної суб'єктивності потребує багатовимірного теоретичного погляду, оскільки виклики цифрової аудіовізуальності мають різну природу: *онтологічну, смислову, технічну, візуальну та соціально-перформативну*. Як зазначає Д. Пеццано, філософія медіа є простором перетину феноменологічних, герменевтичних, технокритичних, візуальних та конструктивістських підходів, і жоден з них не може вичерпно описати медіальність як таку [4]. Саме тому послідовний перехід між цими перспективами дає змогу реконструювати різні виміри впливу цифрової аудіовізуальності на ідентичність – від переживання тіла до перформативних моделей самотворення.

Перший і фундаментальний виклик, з яким стикається медіальна суб'єктивність у цифровому середовищі, має *онтологічно-феноменологічну* природу. Він стосується найглибшого рівня, а саме способу буття та досвіду присутності суб'єкта у світі. Феноменологічна традиція, з її увагою до первинності досвіду та тілесності, надає ключові інструменти для аналізу цієї трансформації.

Як обґрунтував М. Мерло-Понті, тіло – це не просто об'єкт у світі, а радше «засіб нашого спілкування зі світом» [5, с. 113], жива структура, що конституює саму можливість нашого вкоріненого існування (*être au monde*). Це «тіло-суб'єкт», що оперує через дорефлексивну, тілесну інтенціональність. Розвиваючи цю лінію, Д. Іхде [6] у своїй феноменології техніки доводить, що технології не є зовнішніми знаряддями, а активно перебудовують базову структуру «людина – світ». Він описує різні типи відносин, серед яких найважливішим для нашого контексту є «технологічне опосередкування» (*technological mediation*), коли техніка стає невидимим середовищем, що трансформує саму природу нашої уваги, сприйняття та спрямованості на світ.

Спираючись на цей концептуальний фундамент, цифрову аудіовізуальність слід розглядати саме як таке всеосяжне середовище опосередкування. У ньому класичне «тіло-суб'єкт» М. Мерло-Понті зазнає радикальної метаморфози: воно перекодовується у формат екранної присутності. Тілесність, що колись була невід'ємним та «німим» фоном усіх переживань, тепер сама стає об'єктом технічної репрезентації, корекції та конструювання в реальному часі.

Саме на цьому рівні виникає перший фундаментальний виклик для суб'єктивності: формується *онтологічний розрив між безпосереднім самовідчуттям (body-as-lived) та його технічно модифікованим образом (body-as-image)*. Суб'єкт починає переживати себе через технічний образ, який часто набуває онтологічного пріоритету над безпосереднім тілесним досвідом. Цей образ є не простим відображенням, а активним, алгоритмічним згенерованим середовищем, що починає виконувати функцію нового «інтерфейсу» між Я і світом. Отже, онтологічно-феноменологічний виклик полягає в тому, що сама укорінена основа суб'єктивності, тобто тілесний досвід, стає технічно опосередкованою, гібридною та роздвоєною реальністю.

Якщо феноменологічний підхід дає змогу схопити онтологічний вимір виклику – зміну способу тілесної присутності в цифровій аудіовізуальності, то наступним логічним кроком є аналіз того, що відбувається зі смыслом, який формується та циркулює через цифрові образи. Адже суб'єкт у цифровому середовищі існує не лише як втілення, а і як смислова фігура, чия інтерпретація визначає можливість його соціального впізнання. Саме тому на цьому етапі доцільно звернутися до *герменевтичної* перспективи, що історично досліджує умови конституювання смислу.

Герменевтика, представлена передусім працями Г.-Г. Гадамера й П. Рікера, виходить з припущення, що смисл не існує як раз і назавжди фіксована сутність, а постає в процесі інтерпретації. Г.-Г. Гадамер наголошував, що справжнє розуміння – це завжди «злиття горизонтів» (*Horizontverschmelzung*), у якому горизонти тексту й інтерпретатора взаємно корегуються [7, с. 401]. Це означає, що смисл є подією, а не об'єктом; він виникає в діалогічному просторі зустрічі.

У цифровому середовищі ця класична інтуїція набуває нового ракурсу. У ньому цифрова аудіовізуальність, особливо короткі відеоформати, функціонує в логіці прискореної циркуляції та нестабільної контекстуалізації. Контент не має стабільного місця, він постійно переміщується між різними стрічками, рекомендаційними сегментами, налаштуваннями аудиторій. Як зазначає В. Дж. Т. Мітчелл, сучасні образи існують у режимі

«перевиробництва та надлишку значення» [8], який у цифрових умовах доведений до крайньої межі: не глядач підходить до образу, а образ «знаходить» глядача через алгоритми.

У цьому контексті важливими є ідеї В. Ернста про медіальну темпоральність технічних медіа [9], що в цифрову епоху втрачає лінійність і набуває фрагментованого, операційного характеру. Відеофрагмент, що виникає у стрічці перегляду, не містить свого первинного контексту, оскільки алгоритм видає його як частину нової, випадкової та контекстуально слабкої серії. Смісл, отже, не просто множиться, а випадає з історичності та залежить від миттєвої інтерпретативної ситуації.

П. Рікер підкреслював, що смисл завжди функціонує в діапазоні між *stability* та *refiguration*, тобто стабільним ядром і можливістю переінтерпретації [10]. У цифровій аудіовізуальності рівновага між цими двома полюсами руйнується. Так, цифрові образи майже не мають стабільної частини, вони існують переважно в режимі неперервної рефігурації, яка здійснюється не стільки суб'єктами, скільки алгоритмічними процесами.

Алгоритмічно організована циркуляція контенту створює ситуацію, у якій один і той самий образ отримує множинні, часто суперечливі прочитання, а горизонти інтерпретації стають фрагментованими й тимчасовими. Замість гадамерівського «злиття горизонтів» маємо справу з «розходженням горизонтів», коли кожен глядач отримує образ у різному інтерпретативному контексті, зумовленому його цифровими слідами, уподобаннями, поведінковими прогнозами та алгоритмічно розрахованим «профілем».

Важливо й те, що смислова нестабільність безпосередньо впливає на структуру ідентичності. Якщо суб'єкт презентує себе у формі відео, то його Я стає смисловою фігурою, що залежить від того, як вона буде інтерпретована. Але в умовах цифрових платформ інтерпретація розщеплюється й суб'єкт може отримувати паралельні, несумісні між собою читання власного образу різними аудиторіями та алгоритмічними ланцюжками. Через це ідентичність втрачає можливість стабільної самопрезентації і постає у формі множинних, конкурувальних описів.

Отже, герменевтичний підхід дає змогу виявити *другий тип виклику* для ідентичності в умовах цифрової аудіовізуальності, а саме її смислової нестабільності. Як така вона репрезентує себе у відеоформатах і перебуває в режимі постійного переозначення, залежного від алгоритмів, контекстів споживання та фрагментованих горизонтів аудиторного сприйняття.

Феноменологічний і герменевтичний рівні аналізу показують, як цифрова аудіовізуальність трансформує безпосередній досвід присутності та механізми смислотворення. Однак обидва ці рівні лише окреслюють умови конституювання досвіду, не пояснюючи, хто структурує ці умови та які сили визначають можливий горизонт появи й зрозумілості суб'єкта. Саме тут стають ключовими *технокритичні підходи*, що аналізують владу техніки та алгоритмів як невід'ємний компонент сучасної медіальної екології.

Тут насамперед доцільно згадати тезу М. Маклюєна про «засіб комунікації є повідомленням» (*the medium is the message*) [11]. Згідно з нею, вирішальним є не зміст повідомлення, а структура медіума, що формує когнітивні й соціальні режими. Це положення в цифрову добу радикалізується, бо алгоритми є вже не просто «середовищем», а правилами гри, які визначають, що загалом може бути побачено, почуто та інтерпретовано. У цьому сенсі алгоритм стає тим, що М. Маклюєн назвав би новою формою повідомлення. Він конструює основу значущого ще *до того*, як користувач бачить будь-який контент.

Б. Стіглер, розвиваючи свою теорію техногенезу суб'єктивності, підкреслював, що техніка конститує та трансформує психічну й колективну індивідуалізацію [1]. Це означає, що технічні системи не є зовнішніми інструментами, а формують сам спосіб, у який

індивід здатний індивідуалізуватися, пам'ятати, означувати досвід і входити в стосунки з іншими. У цифрових платформах цей процес набуває нової інтенсивності, оскільки алгоритмічні механізми не лише впорядковують контент, а й перебудовують структури уваги й чутливості, визначаючи, які аспекти самості стануть публічно доступними, а які залишаться невидимими.

Із цими ідеями перегукується й критика технічної раціональності Ж. Елюля, який описував техніку як автономну систему, що прагне «тотальної ефективності» [12] та підпорядковує собі людську діяльність. У контексті алгоритмічної селекції це означає, що платформи оптимізують видимість відповідно не до суб'єктивного змісту чи соціальної значущості, а до статистичної продуктивності, тобто для «утримання уваги», «ймовірності взаємодії», «конверсії дій». Так, суб'єкт опиняється в ситуації, коли Я оцінюється технічними системами згідно з логікою ефективності, а не автентичності.

Дослідження Л. Мановича також підтверджують цей зсув. Він описує цифрові середовища як такі, що функціонують за принципом «модульності й варіативності» [13, р. 30–31]. Він пише про можливість безкінечного комбінування, рекомпозиції та ієрархізації елементів контенту. Алгоритми соціальних платформ реалізують цю логіку на рівні видимості суб'єкта. Вони модулюють не лише відеоблоки, а й вертикаль репрезентацій особистості, створюючи мережу версій Я, що циркулюють у різних сегментах стрічки.

Отже, цифрові платформи постають як інфраструктура медіальної влади, що діє не через заборону або пряме примушування, а через керування умовами видимості. Алгоритми рекомендацій, сортування, фільтрації та ранжування визначають режими уваги, які формують поле можливих соціальних зустрічей, реакцій і оцінок. Суб'єкт стає публічно присутнім не тоді, коли він цього прагне, а тоді, коли алгоритм допускає його образ до циркуляції.

Цей *третій тип виклику* полягає в тому, що ідентичність стає залежною від технічних систем, які суб'єкт не може контролювати, але які визначально впливають на форми його появи, прийнятності та стабільності в медійному просторі. Медіальна суб'єктивність, отже, формується всередині алгоритмічної інфраструктури, яка структурує не лише шлях до аудиторії, а й саму можливість бути розпізнаним як суб'єкт.

Технокритична перспектива розкриває структурну владу алгоритмів над умовами появи й видимості суб'єкта. Принагідним тепер є аналіз статусу самого образу, через який ця поява здійснюється. Тут у центрі уваги опиняється сучасна *філософія зображення*, представлена працями В. Дж. Т. Мітчелла, В. Флюссера та Ж. Бодріяра. Саме вона допомагає зрозуміти, як цифровий візуальний режим трансформує не лише спосіб репрезентації, а й онтологічний статус суб'єктивності.

У своїй праці «До філософії фотографії» В. Флюссер [14] зазначає, що технічні образи є принципово програмованими образами, тобто вони не виникають у результаті безпосереднього творчого акту, а продукуються апаратами за правилами, закладеними в їхні програми. Ця ідея набуває радикальної сили саме в цифрову добу, коли фільтри, алгоритмічна корекція, стабілізатори, системи автоматичного покращення тону й фактури обличчя перетворюють образ не на відбиток світу, а на результат попередньо визначеної технічної операції. Технічне зображення, за В. Флюссером, має імпресію об'єктивності, що приховує власну штучність. Це влучно описує цифрове відео, яке здається «натуральним», хоча його параметри від початку визначені алгоритмами.

Не менш важливою є концепція Ж. Бодріяра, який у праці «Симулякри і симуляція» стверджує, що сучасна культура функціонує в режимі симулякрів, образів, які не маскують реальність, а приховують, що її більше немає [15, с. 10–11]. У контексті цифрової

аудіовізуальності це означає, що образ Я дедалі частіше не відсилає до тілесної реальності суб'єкта, а створює гіперреальний ефект суб'єктивності, де технічні параметри зображення замінюють собою ознаки його «справжності». Відео в TikTok чи Instagram є не стільки фіксацією присутності, скільки виробництвом нового шару «візуальної істинності», що ґрунтується на симулятивних механізмах.

Такі технологічні можливості, як цифрові фільтри, алгоритмічні методи enhancement, ефекти AR, операції глибинного монтажу та генеративної модифікації кадру, створюють ситуацію, у якій образ Я конститується в режимі симуляції. Цифрова ідентичність перетворюється на результат програмованого візуального виробництва, де межа між автентичним тілесним Я і технічно скомпонованим «візуальним Я» стає дедалі менш окресленою. Суб'єкт переживає своє зображення не як відображення, а як технічно сконструйовану модель, яка живе за власною логікою популярності, алгоритмічної видимості та візуальної привабливості.

Отже, суть *візуального виклику* для медіальної суб'єктивності в тому, що образ перестає бути репрезентацією і перетворюється на автономний технічний об'єкт, який формує уявлення про суб'єкта за правилами симуляції. Це підживляє класичну інтуїцію про зв'язок між тілесністю та візуальною присутністю і ставить питання про те, чи може суб'єкт зберегти власну автентичність у середовищі, де образ виробляється апаратами, а не самим суб'єктом.

Завершальним етапом аналізу медіальної суб'єктивності є дослідження того, у який спосіб суб'єкт не просто переживає себе чи тлумачиться іншими, а активно виробляє власну ідентичність у цифровому середовищі. Якщо попередні виклики – феноменологічний, герменевтичний, технічний і візуальний – визначають умови, у яких суб'єкт стає присутнім, то конструктивістсько-перформативний виклик звертається до питання про те, що примушує суб'єкта діяти саме так, а не інакше. Інакше кажучи, ідеться про те, які форми самотворення стають можливими або неможливими в умовах цифрової аудіовізуальності та алгоритмічних структур.

Перформативно-конструктивістський вимір цифрової суб'єктивності пов'язаний із тим, як суб'єкт діє в середовищі, де тілесність медіалізована, смисли нестабільні, а образ технічно програмується.

Ще в доцифрову добу Е. Гофман у праці «Презентація себе у повсякденному житті» («The presentation of self in everyday life») довів, що соціальна ідентичність формується як результат «уявлення себе іншим», у якому суб'єкт прагне контролювати враження про себе. Е. Гофман описував соціальну взаємодію як театральну сцену, де індивід здійснює impression management – керування враженнями, щоб бути впізнаним у бажаний спосіб [16, с. 132].

У цифровому середовищі ця сценічність не зникає; навпаки, вона набуває тотального характеру, оскільки будь-яка дія може бути зафіксована, відтворена, переінтерпретована та алгоритмічно поширена. Гофманівська інтуїція про «соціальну гру» ніби отримує нове життя, але тепер уже в умовах платформеної режисури.

Ідеї Е. Гофмана радикалізує Дж. Батлер, зокрема, у праці «Гендерний клопіт» [17], де ідентичність не просто презентується, вона створюється через повторювані перформативні акти, які підкоряються певним нормам. За порівнянням Дж. Батлер, на кшталт «“виконавець” (doer) – це лише вигадка, додана до вчинку, а вчинок – це все», і за проявами гендеру не стоїть гендерна ідентичність; ця ідентичність перформативно конститується самими «виразами», які вважаються її результатами» [17, с. 34]. Інакше кажучи, немає суб'єкта, який «має» ідентичність; суб'єкт стає тим, ким він є, через повторення культурно детермінованих дій.

Ця концепція є надзвичайно релевантною для цифрової аудіовізуальності, де суб'єкт повинен постійно відтворювати себе, щоб залишатися видимим. Регулярне виробництво сторизів, коротких відео, стендапів, стрімів – це і є серія перформативних актів, які не тільки відображають, а й формують самість.

У сучасних дослідженнях цифрової ідентичності Р. Ковер зазначає, що онлайн-суб'єкт існує на перетині практик особистого наративу та інфраструктури платформи [18, с. 34]. Тобто ідентичність конструюється не лише суб'єктом, а й платформою, яка задає норми видимості (що потрапить у рекомендації); визначає формат перформансу (тривалість відео, співвідношення сторін, типи допустимих дій); структурує ритм самопрезентації (непостійна активність → втрата видимості); заохочує естетичні стандарти через фільтри, шаблони,

Дослідники соціології цифрових медіа Д. Бойд та Е. Марвік [19; 20] підкреслюють, що користувачі платформ формують поведінку через «мережеві публіки» (networked publics), які «одночасно є простором і сукупністю людей», структурними можливостями простору та уявної спільноти, що виникає на перетині використання та технологій [19, с. 41]. Алгоритмічні норми цієї аудиторії спричиняють конформістську перформативність, оскільки, щоб бути видимим, треба діяти в межах того, що платформа кодує як «релевантне».

Власне, ідентичність у цифровому середовищі набуває форми платформаорієнтованого перформансу, який вимагає безперервного процесу відтворення себе відповідно до технічних, естетичних і соціальних норм та очікувань мережевої публіки. Припинення цього перформансу рівнозначне втраті алгоритмічної видимості та соціальної присутності.

Проведений аналіз п'яти основних вимірів (феноменологічного, герменевтичного, технічного, візуального й перформативного) дає змогу побачити, що всі вони сходяться в структурному виклику, який визначає можливість та межі сучасної медіальної суб'єктивності, за якою суб'єкт існує тільки тією мірою, якою він стає видимим у полі алгоритмічно керованої циркуляції цифрових образів. Видимість у цифровому середовищі перестає бути похідною від міжсуб'єктивної взаємодії та набуває статусу технічно сконструйованого ресурсу, що визначає саму можливість бути впізнаним, почутим або врахованим.

Висновки. Дослідження демонструє, що медіальна суб'єктивність у цифрову добу формується в полі технічно структурованих умов появи та інтерпретації. Цифрова аудіовізуальність зміщує досвід тілесної присутності до екранної модальності, порушує стабільність смислу, надає алгоритмам роль регуляторів видимості, перетворює суб'єкта на технічний образ і стандартизує його перформативні моделі.

У центрі цих процесів перебуває алгоритмічна видимість, що визначає можливість соціальної присутності та пізнаваності. Попри це, суб'єкт зберігає прагнення до відносної цілісності, однак ця цілісність вибудовується вже всередині медіального контуру, де техніка є співучасником самотворення. Отже, медіальна суб'єктивність є динамічним процесом ідентичності, який формується на перетині технічної детермінації та людського прагнення до самототожності.

Список використаної літератури

1. Stiegler, B. *Technics and Time, 1. The Fault of Epimetheus*. Bernard Stiegler, Translated by Richard Beardsworth and George Collins. 1998. 316 p.
2. Mersch D. *Medientheorien zur Einführung*. Junius Verlag, Hamburg. 2006. 250 p.
3. Gumbrecht, H. U. *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*. Stanford University Press. 2004. 180 p.

4. Pezzano, G. Philosophy & Media: A Conceptual Typology. *glob. Philosophy*. 2025. Vol. 35, No 28. <https://doi.org/10.1007/s10516-025-09764-3>
5. Мерло-Понті М. Феноменологія сприйняття. Пер. з фр. О. Йосипенко, С. Йосипенка. Київ : Український центр духовної культури, 2001. 552 с.
6. Ihde Don. Technology and the Lifeworld: From Garden to Earth. Indiana University Press. 1990. 244 p.
7. Gadamer H.-G. Wahrheit und Methode. Gesammelte Werke. B. 1. Tübingen: J. C. Mohr, 1990. 494 S.
8. Mitchell W. J. T. Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago : University of Chicago Press. 1994. 445 p.
9. Ernst W. Chronopoetics: The Temporal Being and Operativity of Technological Media. Lüneburg : Meson Press. 2016. 288 p.
10. Ricoeur, P. Oneself as Another. Chicago : University of Chicago Press. 1992 372 p.
11. McLuhan, M. Understanding Media. New York: McGraw-Hill. 1964. 359 p.
12. Ellul J. The Technological Society. Translated by John Hospers, New York : Vintage Books, 1964.
13. Manovich, L. The Language of New Media. MIT Press. 2001.
14. Flusser V. Towards a Philosophy of Photography. London : Reaktion Books. 2000. 94 p.
15. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Пер. з фр. В. Ховхун. Київ : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.
16. Goffman, E. The presentation of self in everyday life. University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre. 1956. 162 p.
17. Butler J. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York : Routledge, 1990. 256 p.
18. Cover R. Digital Identities: Creating and Communicating the Self. Academic Press. 2015. 320 p.
19. boyd danah. 'Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications', in Papacharissi, Z., *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge, 2010. Pp. 39–58.
20. Marwick, A. E., & boyd, danah. Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New Media & Society*, Vol. 16, № 7. 2014. P. 1051–1067. <https://doi.org/10.1177/1461444814543995>

THE PHENOMENON OF MEDIAL SUBJECTIVITY IN THE FACE OF THE CHALLENGES OF DIGITAL AUDIOVISUALITY AND ALGORITHMS

Tetiana Shorina

*State University "Kyiv Aviation Institute", Faculty of Psychology, Communications and Translation,
Department of Political Science, Sociology and Philosophy
Liubomyra Huzara ave., 1, 03058, Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0001-9281-7840>*

The article examines the phenomenon of medial subjectivity in the context of the challenges posed by contemporary digital audiovisuality and algorithmic regimes of visibility. It is shown that, in contrast to the modern model of the autonomous subject, the digital environment generates a mediated form of subjectivity whose identity is constituted through technical mediation – via interfaces, algorithms, recording devices, visual self-expression formats, and platform-specific norms. Digital audiovisuality not only transmits content but also shapes structures of experience, narrative patterns, and modes of bodily presence, thereby determining the conditions of possibility for subjectivity today.

The methodological framework of the study includes phenomenological (M. Merleau-Ponty, D. Ihde), hermeneutical (P. Ricoeur), technocritical (M. McLuhan, J. Ellul, B. Stiegler), visual (W. J. T. Mitchell, V. Flusser, J. Baudrillard), and social-constructivist (E. Goffman, J. Butler, R. Cover) approaches, which makes it possible to conceptualize digital identity as a process in which screen-based corporeality, unstable interpretability, the simulational nature of technical images, and algorithmic normalization interact within a complex configuration.

It is demonstrated that digital subjectivity operates in a mode of fragmentation, semantic instability, and algorithmic control of visibility, which disrupts the balance between *idem* and *ipse* described by P. Ricoeur. Algorithmic selection, the technical programmability of images, and platform-driven performative standards shape the forms of public presence and model the possibilities for self-realization. The study concludes that digital audiovisuality creates both material and symbolic conditions for a new form of medial subjectivity that is simultaneously vulnerable to algorithmic normalization and capable of producing a degree of relative coherence within a technically structured environment.

Key words: medial subjectivity, digital audiovisuality, algorithmic visibility, technical image, performativity, identity.

Дата першого надходження рукопису до видання: 19.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 22.12.2025

Дата публікації: 30.12.2025