

**Шевченко Г. О.**

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

## ІДІОРИТМІЯ ЯК ОЗНАКА КРОС-МЕДІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*У статті зроблено спробу проаналізувати особливості крос-медійної комунікації. Поняття «крос-медіа» автор тлумачить як комплексну стратегію злиття різних засобів масової комунікації та мережі інтернет, за якої слабкі сторони кожного носія інформації нівелюються перевагами іншого. Автор звертає увагу на недостатньо висвітлений філософський характер крос-медійної комунікації. Стаття відсилає до методології Ж. Бодрійяра, Ю. Хабермаса та Р. Барта. Окрема увага приділяється терміну «ідіоритмія», який Р. Барт трактує як особливий простір Життя-Разом.*

**Ключові слова:** крос-медіа, крос-медійна комунікація, крос-медійна стратегія, дискурс, ідіоритмія.

**Постановка проблеми.** Минуло декілька десятиліть після того, як Жан Бодрійяр написав «Реквієм за мас-медіа», означивши причиною смерті їхню нетранзитивну сутність. Відтоді характер комунікації між мас-медіа та споживачами інформації значно змінився, наразі ми є свідками цифрової революції, яка не тільки пропонує нам можливість дати відповідь засобам масової інформації, але і проголошує імператив комунікації, реалізуючи формулу *online ergo sum*. Так, мережа інтернет пропонує ідеальну площадку для обміну думками, проте за цих сприятливих обставин обидві сторони, тим не менш, вступають у комунікаційний дисонанс, не чуючи одна одну, промовляючи повз одна одну. Давньогрецька агора з ідеями демократії та гласності дедалі більше нагадує містечковий ярмарок. Проблема ефективності спілкування традиційних ЗМІ з реципієнтами, з одного боку, та демократичний характер інтернет-простору, з іншого, наштовхують нас на припущення існування ідеального співвідношення складових компонентів комунікації.

**Формулювання цілей статті.** Метою даного дослідження є аналіз такої моделі спілкування традиційних ЗМІ з читачами/слухачами, яка врахує деякі прорахунки минулого (зокрема, вищезгаданий нетранзитивний характер мас-медіа) та особливості сучасного *modus vivendi* (наприклад, мобільність, доступ до мережі інтернет, потреба завжди бути проінформованим тощо). Вдалою комбінацією означених вище компонентів ми вважаємо крос-медійну комунікаційну модель, важлива ознака якої – ідіоритмія – вибудовує ядро нашої статті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Термін «крос-медіа» вже не є новим у вітчизняному науковому доробку, його дослідженню присвячені роботи Л.С. Василик, В.Д. Демченка, В.Е. Шевченко, Г.П. Синоруб, М.І. Женченко, Г.Л. Сарміної тощо. З особливостями реалізації крос-медійної стратегії можна ознайомитися у розвідках зарубіжних вчених, серед яких згадаємо імена Р. Хольфельда, К. Якубця, М. Брюггемана, К. Молоні, Г. Дженкінса тощо. Проте ми вважаємо за необхідне звернутися до наразі недостатньо освітленої філософської компоненти феномену крос-медійності, орієнтуючись на методологію Ж. Бодрійяра, Ю. Хабермаса та, головним чином, Р. Барта.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вплив законів комунікативної реальності на усі аспекти нашого життя не можна оцінити однозначно. «З одного боку, як наполягає Ю. Хабермас, це дозволяє вивільняти комунікативну раціональність із об'ємів стратегічної раціональності, – зазначає професор О.В. Назарчук. – З іншого боку, зростання комунікативних взаємодій не обов'язково наближує до нас ідеальне комунікативне суспільство. Воно, звісно, сприяє формуванню нової реальності, реальності, що характеризується все більшою комунікативною повнотою. Але ця реальність може не лише відкривати, але і приховувати справжні речі» [4]. Здається, що сьогодні можливий і такий варіант, коли реальність не відкриває, не приховує справжні речі, а існує паралельно з ними, власним незалежним життям.

У такому контексті стає зрозумілим, що ця неозора кількість комунікативних взаємодій

наштовхує нас на обмірковування певних правил та вимог. Доцільно пригадати термін «дискурс», введений у науковий обіг Ю. Хабермасом. Наскільки складним і багатошаровим є термін «дискурс», настільки ж вагомою є його роль у суспільстві. Дискурс постає як засіб соціалізації, освіти та виховання, завдяки йому підвищуються компетентність та інтерсуб'єктивність. Як форма комунікації дискурс ставить людину перед необхідністю визнання іншого, чий висловлювання вимагають розуміння, інтерпретації, рефлексії, уточнення і, зрештою, прийняття чи заперечення. Дискурс вимагає формулювати власні думки від першої особи, що корелює з категоріями достовірності інформації, правдивості та відповідальності. На основі відкритості дискурс сприяє досягненню взаєморозуміння [3, с. 325–326].

«Проте, – як справедливо зазначає професор Б. Марков, – самих лише практичних переговорів, в ході яких досягаються інтерсуб'єктивні норми, що виражають інтереси кожного учасника комунікації, недостатньо. Ніби понад дискутуючих анонімних індивідів існують певні вищі масштаби. У грецькій міфології їх задавав порядок Космосу, згідно з яким було організоване суспільне і приватне життя. У середні віки гарантом вищої справедливості виступав Бог, і люди терпляче чекали на його суд, проти чого постав Достоевський. У новий час вищою авторитетною інстанцією став розум, який легітимував право і владу. Але на що сьогодні можемо спиратися ми, коли всі ці авторитетні інстанції припинили виконувати легітимуючі функції? Звісно, на волю більшості, від імені якої і діють законодавчі та виконавчі органи демократичної держави» [3, с. 341].

Російська вчена Л.М. Землянова вводить навіть термін «кроссмедіатизація світу» на ознаку явища, за якого «активізація партисіпаційної демократії (participatory democracy) за прямої участі громадян у прийнятті колективних рішень у правовому полі різноманітних структур влади може здійснюватися не тільки в традиційних формах демонстрацій та маршів, виборчих кампаній та інших політичних чи господарських заходів, але і віртуально, шляхом використання новітніх технічних засобів зв'язку та інформації» [2].

Можливість висловитися і бути почутим, не виходячи за рамки легітимності, створює пізнавану аллюзію на давньогрецьку демократію з образами агори та місця усамітнення і просвітлення монахів – гори Афон. Розквіт інтернет-технологій, що створювали відкритий демократичний майданчик для спілкування, ознаменував собою

сплеск пророцтв про можливість створення електронної агори. Сьогодні, коли більшість громадян має можливість оцінити усі переваги інформаційно-технічного прогресу, тим не менш є очевидним, що сама лишень інтерактивна мережа не призводить автоматично до покращеної та збагаченої суспільної комунікації. Окрім того, навіть маючи змогу уникати державної цензури та поширювати опозиційні думки, електронна агора, що надасть кожному мешканцю глобального села можливість висловитися, так і не створена.

Однією з причин дослідниця І. Неверла вважає недостатню вивченість та застосування на практиці всього потенціалу інтернет-технології: «просто наївно вважати, що технічний потенціал інтернету повністю впроваджений в соціальній реальності і що, наприклад, різноматична структура інтернету за простою використовується в партиципації, демократизації та базисній демократії. Не техніка як така, а соціальна практика та владні структури суспільства приймають рішення щодо виду та способу використання» [13, с. 178]. На підтвердження цієї думки виступає і редактор інтернет-видання журналу «Шпігель» Л. Лоренц-Майер, коли говорить, що замість глобальної агори, де ролі ораторів та слухачів вже майже не розрізнити, ми використовуємо цифрову мережу дедалі більше як бродкаст-канал зі зворотнім зв'язком [12, с. 16].

Свого часу образ священної гори, де відлюдники-монахи демонстрували мистецтво мирного та якісного спілкування в питаннях самоврядування, привернув увагу Р. Барта, який писав: «Афон (де я ніколи не був) поєднує різні образи: Середземне море, тераса, гора (у фантазмі багато що можна усунути – в даному випадку бруд, віру). Одним словом, Афон створює пейзаж. Я бачу себе там – на краю тераси, вдалині море, побілені стіни, в моєму розпорядженні дві кімнати і ще пара кімнат для когось із друзів – тут же, неподалік, та ще місце для можливих зборів (бібліотека). Тобто це чистий фантазм, абстрагований від усіх нюансів та складнощів, які зникають мов примари» [1, с. 50]. Досліджуючи різноманітні моделі соціальних відносин в рамках курсу «Як жити разом: романічні симуляції деяких просторів буденності», Р. Барт ввів у науковий обіг термін «ідіоритмія», іншими словами «такий простір Життя-Разом, де кожний може зберегти свою частку самотності, свою аскезу, свій випадковий імпульс для світських справ. Ця необмеженість і водночас періодична співрозмірність, можливість бути самому і водночас звернутися до іншого – це фантазматичне,

а не утопічне. Утопія – це ідеальна конструкція, вивіреним механізмом. Ідіоритмія – ідеальний фантазм, якого торкаються побіжно, але тут і зараз, підживлюючись ним і прагнучи до нього» [7]. Передусім автора цікавили форми мирного співіснування «ледачого товариства», тобто спільноти ранньохристиянських монахів, також не останнє місце відведене життю інтелектуалів та соціальній ролі, яку відіграють їхні ідеї.

Якщо інтегрувати термін «ідіоритмія» в сучасні форми комунікації, виявляється, що інтернет долучає бартівський фантазм до реальності. Дослідник М. Фоглер, продовжуючи метафоричний ряд Р. Барта, використовує в своїх наукових пошуках образ загорненої у ковдру людини як алюзію до монаха зі священної гори. Такій людині дуже легко знайти себе у мережі, де можна знайти цікавинки на будь-який смак, що доступні будь-коли. При цьому, не залишаючи своїх стін, так само як монах не виходить зі своєї келії, він має можливість спілкуватися з «відвідувачами» через маленьку квартиру. Але, як зазначає дослідник, це маленьке вікно є чимось набагато більшим, ніж просто інструментом комунікації відлюдника, адже воно може перенести на будь-яку терасу, якщо згадати фантазм Р. Барта, та навіть більше – дає можливість будь-якої миті припинити діалог та повернути додому, без відчуття соціального тиску.

Образ келії монаха-відлюдника є ідеальною метафорою крос-медійної комунікації, за законами якої користувач сам обирає час, засоби та предмет спілкування. Пропонувати користувачу якомога більшу кількість опцій, завойовувати його увагу та довіру можливостями будь-якого прийнятного для нього в певних обставинах каналу для нових медіа стало сьогодні не лише можливим, але й необхідним в умовах постійної медіаконкуренції. Крос-медійна комунікація передбачає таку комплексну стратегію злиття різних засобів масової комунікації, за якої слабкі сторони кожного носія інформації нівелюються перевагами іншого. Таким чином, відбувається зміщення акценту з носія на зміст.

Г. Дженкінс виділяє такі характерні риси крос-медіа: «окрема історія інтерпретується незалежно в різних засобах масової інформації; кожна інтерпретація є самодостатньою; вони доповнюють одна одну, щоб сформувати всеосяжну картину події; розповідь являє собою процес, поданий численними каналами доставки з метою створення єдиної та скоординованої картини; в ідеалі кожен канал робить свій унікальний внесок у розкриття події» (цит. за: [6, с. 297]).

За твердженням К. Якубця, виходячи із міркувань економії праці, журналіст має проявляти тонке чуття, щоб знайти правильний медіаконтекст для певного матеріалу. Наприклад, відкриття будинку для літніх людей не слід супроводжувати відео-сюжетом на домашньому порталі. У крос-медіа йдеться не про те, щоб опублікувати надруковану статтю в онлайн-виданні один до одного, а про те, щоб пристосувати журналістський продукт до умов і можливостей кожного із задіяних каналів [11, с. 19].

З огляду на це К. Якубець розрізняє навіть два види журналістики: дигітальну, чия термінологія стосується передусім цифрового способу виробництва, та журналістику, яка є передумовою для того, щоб діяти крос-медійно. Іншими словами, онлайн-журналістика не завжди є крос-медійною, тому що дійсно крос-медійна журналістика передбачає, крім усього іншого, змістовне поєднання з іншими платформами.

Якщо повернутися до метафоричного ряду Р. Барта, ми побачимо, що традиційні засоби масової комунікації є ідеальними терасами, тобто тими місцями, які на певний час повертають монахів до суспільного життя, а інтернет є посередником, без якого монах не зможе відчинити вікно власної келії.

«Можна сказати, що десь в інтернеті постійно існує динамічна структура, яка являє собою переплетення пластичних та постійно мінливих квазі-Афонів. На цих перетинах створюються всілякі ком'юніті, поєднані певною вірою (або ерессю, якщо завгодно). Інтернет – це і бібліотека (незалежно від того, що є «книжковою істиною» для кожного монаха), і неозора кількість терас. Твоє пересування в такому просторі не потребує ані бруду, ні віри, це чиста абстракція, але з реальними наслідками для індивідуального ритму. Це ідеальний чернечий простір» [7]. Передбачаючи закиди противників інтернет-ідіоритмії на рахунок замкненості такої системи та тенденцій до її виродження, автор називає цей ритм життя скоріше відродженням, що супроводжується стражданням тільки в моменти вимушеного контакту із зовнішнім світом, а не з «Афоном».

Важко переоцінити раціональний складник такої теорії, хоча вона і провокує певні критичні та дискусійні. «Поряд з оптимістичним поглядом на динаміку форм комунікації все більшого поширення набувають тривожні побоювання, що стосуються викривлення комунікації під впливом нових медіа, спотворення змісту міжособистісних відносин та втрати соціального як такого» [5].

У роботі К. Бека, П. Глотца і Г. Фогельзанга «Майбутнє інтернету» знаходимо посилання на твердження експертів дельфійського дослідження, які констатують, що сьогодні ми хоча і змушені зважати на плюралізацію поведінки користувачів під час комп'ютерної комунікації, проте це зовсім не спричиняє дезінтеграцію суспільства, навпаки, можна розраховувати на те, що онлайн-медіа будуть цілеспрямовано слугувати інтеграції соціальних аутсайдерів у суспільну комунікацію [10, с. 99].

Зважаючи на вищезгадану плюралістичність та мультисистемність сучасного суспільства, стає зрозумілим, наскільки важливо і складно знайти універсальну категорію, мова якої буде зрозуміла та прийнятна для усіх прошарків. «Навіть науковий дискурс, який впроваджується в усі сфери життя, натрапляє на опір. Проте мораль можна застосовувати до найрізноманітніших сфер людської життєдіяльності, адже за допомогою диференціації на погане і добре можна оцінювати всі інші феномени» [3, с. 308]. Безперечно, мораль також часто була і залишається предметом критики, але очевидно, що здорове, продуктивне спілкування неможливе без прийняття етичного імперативу, без «здатності обмінюватися перспективами першої та другої особи» [8, с. 23], без прийняття себе та Іншого рівнозначними учасниками одного спільного процесу. У роботах Ю. Хабермаса можна знайти уточнений варіант

поняття моралі у даному контексті: «мораль рівної поваги» [9, с. 20]. «Тепер ми вже не можемо примусити всіх думати, бажати і оцінювати однаково, єдність дій задається не трансцендентальними ідеями, а передбачає визнання Іншого і навіть, точніше, чужого, з ким ми маємо жити в злагоді. Йдеться не лише про усунення образу ворога, але і про подолання негативного ставлення до витворів, відкриттів, винаходів, соціальних інститутів, які в християнстві розцінювались як гріховні, в марксизмі – як відчужені, а в сучасній культурі – як антигуманні» [3, с. 368]. Прийнятною та затребуваною у сучасній культурі є самопрезентація, але, як влучно заявляє Ф. Шенхаген, одностороння концентрація на власноруч виготовленій та розміщеній в мережі продукції, заразом її значення для суспільної комунікації вочевидь безмежно переоцінене [14, с. 92]. І з цим твердженням важко не погодитись, хоча явище продукуючої публіки безперечно знаменує новий, необхідний та своєчасний етап розвитку комунікації.

**Висновки і пропозиції.** Підсумовуючи, можна сказати, що крос-медіа – не тільки швидкоплинна данина моді у гонитві за іноземними запозиченнями, а багатогранна та недостатньо вивчена стратегія, так би мовити, філософія поєднання досвіду класичних засобів масової комунікації з прогресивністю нових технологій, яка наближує нас до ідеального простору Життя-Разом.

#### Список літератури:

1. Барт Р. Как жить вместе: романические симуляции некоторых пространств повседневности. Москва : Ад Маргинем Пресс, 2016. 272 с.
2. Землянова Л.М. Обсуждение проблем социальной ответственности СМИ в современной зарубежной коммуникативистике. *Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова*. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/659> (дата звернення 01.03.2019).
3. Марков Б.В. Мораль и разум. Юрген Хабермас Моральное сознание и коммуникативное действие. Санкт-Петербург : Наука, 2001. 379 с.
4. Назарчук А.В. Идея коммуникации и новые философские понятия XX века. *Вопросы философии*. 2011. № 5. С. 157–165. URL: [http://vphil.ru/index.php?option=com\\_content&task=view&id=324](http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=324) (дата звернення 01.03.2019).
5. Печенина О.В. Особенности коммуникации в эпоху новых информационных технологий. *Философия и гуманитарные науки в информационном обществе*, 2017. №1 (15). С. 35–46.
6. Підручник з крос-медіа / Іоана Нарчіса Крецу, Міхаїл Гузун, Любов Василик. Bonn: Schiller Publishing House, 2015. 144 с.
7. Фоглер Н. Идиорритмия XXI века или виртуальный Афон: приближаясь к бартовскому фантазму. URL: <https://syg.ma/@vogler/idiorritmia-xxi-vieka-ili-virtualnyi-afon-priblizhaias-k-bartovskomu-fantazmu> (дата звернення 01.03.2019).
8. Хабермас Ю. Отношения к миру и рациональные аспекты действия в четырех социологических понятиях действия / Пер. с нем. Т. Тягуновой. *Социологическое обозрение*, 2008. Т. 7. №1. С. 3–24.
9. Хабермас Ю. Публичное пространство и политическая публичность. Биографические корни двух мыслительных мотивов. *Между натурализмом и религией. Философские статьи*. Москва : Весь мир, 2011. С. 15–26.
10. Beck, Klaus/Glotz, Peter/Vogelsang, Gregor. Die Zukunft des Internet: internationale Delphi-Befragung zur Entwicklung der Online-Kommunikation. Konstanz, 2000.

11. Jakubetz Ch. Crossmedia / Christian Jakubetz. Konstanz: UVK, 2011. 302 S.
12. Meier, Klaus Vorwort // Internet-Journalismus. Ein Leitfaden für ein neues Medium. Konstanz, 1998. S. 15–19.
13. Neverla, Irene. Das Netz – eine Herausforderung für die Kommunikationswissenschaft. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 2000. 48. Jg., Heft 2. S. 175–187.
14. Schönhagen Ph. Soziale Kommunikation im Internet: Zur Theorie und Problematik computervermittelter Kommunikation vor dem Hintergrund der Kommunikationsgeschichte. Bern u.a.: Peter Lang, 2004. 350 S.

### **ИДИОРИТМИЯ КАК ПРИЗНАК КРОСС-МЕДИЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*В статье сделана попытка анализа особенностей кросс-медийной коммуникации. Понятие «кросс-медиа» автор трактует как комплексную стратегию слияния разных средств массовой коммуникации и сети интернет, при которой слабые стороны каждого носителя информации нивелируются преимуществами другого. Автор обращает внимание на недостаточно изученный философский характер кросс-медийной коммуникации. Статья содержит отсылки к методологии Ж. Бодрийяра, Ю. Хабермаса, Р. Барта. Отдельное внимание уделяется термину «идиоритмия», который Р. Барт трактует как особенное пространство Жизни-Вместе.*

**Ключевые слова:** кросс-медиа, кросс-медийная коммуникация, кросс-медийная стратегия, дискурс, идиоритмия.

### **IDIORRYTHM AS AN ATTRIBUTE OF CROSSMEDIA COMMUNICATION**

*There is an attempt to analyze the features of crossmedia communication in the article. The term crossmedia is interpreted by the author as an integrated merging strategy of various media and the Internet, where the weak points of each information medium are offset by the benefits of another medium. The author pays attention to the insufficiently researched philosophical nature of crossmedia communication. The article refers to the methodology of J. Baudrillard, J. Habermas and R. Barthes. Particular attention is paid to the term "idiorrythm", which R. Barthes interprets as a special space of Life-Together.*

**Key words:** crossmedia, crossmedia communication, crossmedia strategy, discourse, idiorrythm.