

УДК 304.1

DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.59.289698>

**Коваленко Інна Ігорівна**, кандидатка філософських наук, доцентка,  
доцентка кафедри філософії,  
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,  
м. Харків  
*e-mail: kinna087@gmail.com*  
*ORCID ID: 0000-0002-3156-9254*

**Мелякова Юлія Василівна**, кандидатка філософських наук, доцентка,  
доцентка кафедри філософії  
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,  
м. Харків  
*e-mail: melyak770828@gmail.com*  
*ORCID ID: 0000-0002-0200-1141*

**Кальницький Едуард Анатолійович**, кандидат філософських наук,  
доцент, доцент кафедри філософії  
Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого,  
м. Харків  
*e-mail: kalnitsky@ukr.net*  
*ORCID ID: 0000-0002-1777-9992*

## **ЖЕРТВА ЯК МЕДІАКОНСТРУКТ У ПРОСТОРІ БІОПОЛІТИКИ**

*У статті осмислено феномен конструювання жертви засобами трансмедійної комунікації. Першу частину присвячено ролі медіатехнологій у сучасному біополітичному просторі. Наголошено, що контроль над комунікацією в рамках нових владних парадигм здійснює нетократична еліта – нова форма кібертехнологічного суперпаноптизму. Показано значення медіалогіки в новій системі соціальних зв'язків та світоглядних моделей. У другій частині на основі дослідження феноменів глибокої медіатизації осмислено специфіку культурної травми та жертви як медійних конструктів, продуктів інформаційних технологій, покликаних відтворювати біополітичні імперативи.*

**Ключові слова:** *цифровий паноптикум, мережева комунікація, дискурс травми, жертва, колективна ідентичність.*

**Вступ.** На початку XXI ст. людство увійшло в еру мульти- та трансмедійної комунікації, де провідну роль відіграють «нові медіа», соціальні медіа,

інтерактивні ресурси, кастомізовані платформи тощо. Вони міцно інкорпоровані в соціальну повсякденність та здатні успішно утворювати патерни людської поведінки відповідно до біополітичних імперативів. Залежно від мети комунікативного акту сучасна людина є затребуваною або як функція, або як об'єкт, або як атрибут, або як споживач.

У суспільствах контролю головним інструментом впливу біовлади є управління емоціями. Біополітика емоцій спирається на медіатехнології, здатні цілеспрямовано впливати на сприйняття, відчуття та реагування. Задані сюжети в поєднанні з заданими метафорами сприяють нарративному конструюванню нової цифрової біосоціальності. Одним з таких сюжетів є травма / жертва як один із чинників суспільної консолідації. Травма спричиняє потужний афект, унаслідок якого спільнота переживає себе як колективне тіло.

Сьогодні, на тлі численних конфліктів, катастроф та постковідного стану поглибленого теоретичного осмислення потребує питання: яким чином пов'язані між собою сучасні комунікативні технології та досвід травми / жертви в контексті біополітики та глибинної медіатизації?

**Аналіз останніх джерел та публікацій.** У нову цифрову еру контроль вийшов за інституціональні межі та охоплює весь соціальний ландшафт [1]. Дисциплінарні суспільства здійснювали контроль через замкнене, опосередковане середовище – родину, школу, армію, лікарню, в'язницю. Сьогодні ці інститути поступово втрачають свою функцію, поступаючись місцем «надшвидким формам вільно текучого контролю» [2, р. 4] в переважно «горизонтальних мережах мультимодальної комунікації» [3, р. XXII, XXIV].

Унаслідок осмислення медіареальності виник новий дослідницький напрям – медіафілософія, що спрямована на фундаментальне розуміння феноменів цифрової медіакультури [4; 5]. Чимало фахівців кваліфікують сучасний медіапростір як чинник загальної деонтологізації буття, де сама реальність сприймається як конструкт, масмедійний ефект, фрагментарний і принципово множинний простір, що не має сполучного центру. Так, типовою властивістю сучасної кіберкультури є співіснування маргінальних «клаптевих» розумінь себе та світу, у межах яких втрачається смисл традиційного спілкування. Розмова насправді виявляється лише перевіркою зв'язку, дискурсивна полярність замінюється «інформаційною дигітальністю» й «тотальною зарозумілістю мереж» [6].

Цифрові технології та медіа посилили діалектичний характер культури, який полягає в одночасному зростанні універсальності та специфічності, у взаємозв'язку позитивних та негативних ефектів [7–9]. Так, цифрові медіа та соціальні мережі, з одного боку, компенсують відсутність соціальної зв'язаності в невіртуальному середовищі, пропонують користувачам високий ступінь самовибору та самовизначення [10], а з іншого – дедалі більше

підживлюють самозамкненість користувачів, поповнюючи символічне уявним та сприяючи автономізації останнього [11]. Крім того, нові медіатехнології, створюючи елементи глобальної медіакартини світу, стають практично єдиним засобом її репрезентації. Така ситуація створює суттєві труднощі для орієнтації в медіапросторі інформаційного суспільства та породжує необхідність у диференціації критеріїв якості інформації, що циркулює в медіасередовищі [12].

Останніми роками опубліковано чимало праць, присвячених зв'язку медіатехнологій з комеморативними практиками [13; 14]. Головний акцент у них зроблено на дослідженні емоційного або афективного сприйняття феномену *difficult heritage* – публічного згадування націями своїх минулих злодіянь у контексті сорому за них [15; 16]. Такого роду дослідження розглядають емоції / афекти в нерозривному зв'язку з повсякденними практиками, вбудованими в певні соціокультурні контексти. Це дозволяє говорити про перехід до перформативної культури пам'яті, яка уможливорює індивідуально привласнити минуле, аби зробити його значущим для власного сьогодення [17].

Проблема зв'язку сучасної культурної стурбованості травмою з технічною можливістю записувати події та повторювати їх [18] широко обговорюється в контексті репрезентацій сучасними медіа екстремальних подій та травматичних спогадів [19; 20]. Ретроспективно простежено теоретичний та політичний зв'язок між засобами масової інформації (ЗМІ) та травмою [21], досліджено міру зв'язку між травматичною темпоральністю та технологіями запису, збереження та вилучення інформації [22], травматичні ефекти розглянуто як такі, що модулюють медіацію та є модульованими нею [23]. Загалом учені виходять із загального засновку, що культурна травма має безпосередній зв'язок з масмедійними технологіями.

*Метою статті є* спроба з урахуванням філософсько-антропологічного виміру біополітики осмислити специфіку культурної травми та жертви як медійних конструктів глибинної медіатизації.

### *Виклад основного матеріалу.*

#### **1. Електронні медіа в системі нових владних парадигм**

У сучасному суспільстві вагомим комунікативним чинником стала кібервлада інтернет-мереж. Висока гнучкість та ефективність кіберпростору дозволяє йому поширюватися на реальне середовище [24; 25]. Завдяки кіберпростору комунікація відбувається в так званому нетократичому<sup>1</sup> суперпаноп-

<sup>1</sup> Посткапіталістичне поняття «нетократія» позначає новий панівний клас інформаційної доби – постіндустріальну еліту, здатну контролювати та експлуатувати комунікативно-інформаційні мережі [27]. Нетократи прагнуть створити нові механізми правління, які в умовах поширення масової культури та влади ЗМІ дозволять на глобальному рівні стандартизувати фізичну та вербальну поведінку суб'єктів, тим самим зміцнюючи суперпаноптичні форми нагляду.

тикумі – системі без стін, вікон, веж або охорони, у якій хвильова, орбітальна людина постійно присутня в мережі [2] та має здатність уникати жорстких диспозитивів влади.

На відміну від паноптичної системи Мішеля Фуко [26], суперпаноптична система контролю стежить за особистістю та суспільством, архівуючи в кіберпросторі всі соціальні взаємодії, що зберігаються у вигляді інформації. Сьогодні в науковому обігу міцно закріпився концепт «прозоре суспільство»<sup>1</sup>, загалом схожий за смыслом із поняттям «суспільство контролю»: здійснення контролю над об'єктом передбачає доступ до інформації про нього, що, своєю чергою, означає взаємну прозорість підконтрольного та контрольного.

Ключова роль у парадигмальному переході від суспільства «простору ув'язнення» до суспільства серфінгу в рухливому просторі відкритих кордонів належить медіатехнологіям, вплив яких відбувається на вертикальному та горизонтальному рівнях. Вертикальний рівень забезпечує публічну медіакомунікацію та дозволяє зацікавленим *акторам* нарощувати публіцитний капітал. На горизонтальному рівні здійснюється переважно приватна медіакомунікація (міжособистісна, групова, індивідуальна), покликана задовольнити весь спектр соціально значущих потреб. Доволі часто спостерігається суміщення (або заміна) цих рівнів<sup>2</sup>. Разом вони забезпечують якомога повніший охопит аудиторії медіакомунікаційними мережами та потоками опосередкованої інформації.

Як підкреслює Сл. Жижек, інтернет та кіберпростір не є звичайними засобами комунікації. Це комунікація за допомогою Іншого – символічної структури, що структурує рамку сприйняття [29]. Це форма комунікації, що регулює інтерсуб'єктивні відносини та децентрує суб'єкта. Парадокс полягає в тому, що кіберпростір загрожує фундаментальній віртуальності, знижує символічну ефективність. Інший більше не стабілізує смисл, не зв'язує разом ланцюжки означальників, не перешкоджає їхній тенденції до плавання в невизначеності. Інший, наприклад, може виступати як картинка, яка мовить і з якою неможливий вступ в активний дароносний обмін; самий же світ розпадається на тисячі незв'язаних спостережень.

Особливе значення в побудові нової системи соціальних зв'язків та взаємодій має медіалогіка. Вона генетично афільована з когнітивним підходом, у межах якого особливу значущість має форматне самовизначення медіапродуктів, засноване на фреймінгу [30], та семіотичним підходом, який дозволяє

<sup>1</sup> Автор поняття – італійський філософ Джанні Ваттімо – визначає прозоре суспільство як «суспільство необмеженої комунікації, або суспільство масмедіа» [28].

<sup>2</sup> Так, зокрема, медіаконтент (його тональність, репрезентовані сцени та образи) ненавмисно (через технічні неполадки) або свідомо (хакерство, пранкінг, тролінг) може поширюватися на невідповідному рівні, тим самим породжуючи ризики для *акторів*, які мають певний «кредит довіри» в суспільстві.

обґрунтувати медіатизований процес передачі культурних знаків, кодів та наділення їх особливими смислами.

Медіалогіка призначена для конструювання медіаподій з метою утворення потрібних смислів, кодів та символів. Задаючи форматні рамки, медіалогіка обумовлює інкорпорування новин у соціальну повсякденність, так само як і сприйняття їх, тотожне соціальній реальності. Послідовне конструювання медіаподії відбувається шляхом створення інформаційного приводу, інспірування технології *event action*, встановлення пунктів порядку денного, культивування медіаефектів, зокрема моральної паніки. Крім того, медіалогіка націлена на конституювання медіаритуалів – «виняткових та перформативних медіафеноменів, що слугують для підтримки та/або мобілізації колективних почуттів і солідарності, заснованих на символізації та умовній орієнтації на те, як має бути [31, р. 415]»<sup>1</sup>.

З-поміж головних складників медіалогіки (візуалізації, персоналізації, драматизації тощо) окреме місце належить наративній комунікації, що вибудовується за принципами драматургії та сценарної майстерності. Для цього застосовується спеціальна оповідальна соціальна мова, що містить, крім вербального ряду, екстра- та паралінгвістичні засоби, чия «граматика» дозволяє скоротити просторово-часові межі, забезпечити візуальну ритмічність, перенести акцент із діалогів на дію та зафіксувати увагу на запрограмованих деталях.

Медіалогіка знижує ступінь амбівалентності при сприйнятті медіаподії, задає чітку та сувору спрямованість її інтерпретації, надає утвореній медіакартині посиленій порівняно з повсякденністю статус. Аудиторія, своєю чергою набуває нового емоційного досвіду та задовольняє свої інформаційні потреби. Загалом же медіалогіка сприймається як стійка загальновизнана технологія виробництва та ранжування медіаподій, а також подальшого інкорпорування їх у порядок денний, що передбачає чітке виконання та дотримання на рівні правил та законів. Такі особливості медіалогіки перетворюють її на інструмент легітимації соціального порядку, що підтримується всіма учасниками соціокомунікативних відносин – медіаконтролерами, владною елітою та споживачами медіапродукції.

Сучасні медіакомунікаційні реалії спричинили значні перетворення й у повсякденному житті. Повсякденність безпосередньо зв'язана з досвідом індивідів, який, маючи індивідуальний за своєю природою характер досягнення, стає дедалі більш опосередкованим (*mediated*) – таким, що конструюється

---

<sup>1</sup> Беручи участь у перформативному розігруванні ритуалів, ЗМІ наповнюють їх специфічними цінностями. Наприклад, прямі телевізійні репортажі з міста стихійного лиха не тільки транслюють суспільні цінності (солідарність із жертвами), а й підкреслюють цінності життєстійкості, пов'язані зі ЗМІ.

завдяки традиційним ЗМІ і новим соціальним медіа. З одного боку, індивіди мають певні можливості для задоволення своїх інформаційних та комунікаційних потреб, з іншого – індивідуалізація та сегментація медіаконтенту, що характеризують сучасний медіапростір, посилюють процес медіаманіпулювання, програмують аудиторію на отримання бажаних реакцій. Така тенденція посилюється підвищенням ролі та значення продуктів поля інтернету для повсякденного життя. З іншого боку, інтернет надає споживачам можливості саморепрезентації, сприяє конструюванню власної ідентичності. У користувачів інформаційних мереж виникають нові інтереси, мотиви, цілі та настанови, а також нові форми мережевої соціально-комунікативної активності<sup>1</sup>.

Повсякденний досвід індивідів реалізується передусім у процесі споживання. У зв'язку з цим суспільство споживання [32] в нових медіакомунікаційних реаліях може бути переосмислене як суспільство споживання за допомогою медіа, у якому матеріальні та соціокультурні потреби сукупно забезпечують гармонію життєвого світу індивідів<sup>2</sup>. Соціальні практики є радше продуктами відтворення, аніж виробництва, вони являють собою механізми соціального регулювання і дозволяють експлікувати явища соціальної дійсності за принципом «м'якої сили», гармонійно сприймаються суспільством та набувають форми знання.

<sup>1</sup> Вражаючий огляд соціальних наслідків поширення інформаційно-комунікативних технологій даний Говардом Рейнгольдом у праці «Розумний натовп: нова соціальна революція» [33]. Ключовим концептом книги є поняття «розумного натовпу» (*smart mob*), узгоджену дію якого забезпечують не реальні міжособистісні зв'язки, а індивідуальні портативні пристрої. Різновидом розумного натовпу Рейнгольд вважає мобільну ситуативну соціальну мережу – нову форму суспільної організації, що є можливою завдяки поєднанню обчислювальних засобів зв'язку, системи репутацій та знання місцезнаходження. Мобільність такого утворення забезпечують натільні ІКТ (інформаційно-комунікативні технології); ситуативність пов'язана з неформальністю організації; «соціальна мережа» означає, що кожна людина в розумному натовпі являє собою «вузол», що має соціальні зв'язки з іншими людьми. Ще одним різновидом розумного натовпу є флешмоб (англ. *flash-mob* – миттєвий натовп). Така технологія дозволяє організувати натовп у межах мегаполісу: об'єднати в мережі Інтернет анонімних користувачів, розробити ідею (сценарій дії), призначити дату й місце проведення акції. На думку Рейнгольда, діяльність «розумного натовпу» має принаймні три ймовірних негативних наслідки: по-перше, це загроза свободі, оскільки всюдисуща комп'ютеризація йде пліч-о-пліч із тотальним наглядом; по-друге, це загроза якості життя, оскільки нові технології потенційно підривають ustalений соціальний порядок; по-третє, це загроза людській гідності, оскільки симбіотичне спілкування з машинами руйнує саму природу та особистість людини. Перша загроза випливає з уже традиційних міркувань про появу дисциплінарного суспільства, де наглядові практики проникають у соціальну тканину настільки глибоко, що вже не ясно, звідки походить джерело нагляду. Інші дві загрози мають переважно екзистенційний характер: передбачається, що в умовах технологічної еволюції людина втрачає певний набір фізичних, психічних та соціальних рис.

<sup>2</sup> Медіапрактики розглядаються не тільки як стійкі соціальні патерни медіаспоживання (безумовно, вони мають першочергове значення), а й медіавиробництва, коли кожен індивід стає свого роду медіумом – створює унікальний (часто протилежний за тональністю) медіаконтент, який згодом розміщується на власних сторінках у соціальних мережах чи блогах, потенційно дозволяючи зробити подібного актора лідером суспільної думки.



Сучасна система масмедіа інспірує «гіперреальність», симулює діалогічність і тим самим посилює її віртуалізацію. Інформація ЗМІ про світ сьогодні стає більш значущим феноменом, аніж самий світ; віртуальне уявлення про реальність, яке формується телеканалами, виявляється важливішим за саму реальність. Немає інформації – немає явища (країни, міста, людини), воно зникає з інформаційної мапи світу. По суті, масмедіа керують масовим виробництвом «ефекту реальності»: вони створюють цю реальність, упаковують її та просувають до масового споживача.

Як один із наслідків виникає медіаментальність, що властива тим, хто повністю занурений у медіареальність. Носії медіаментальності безпосередньо залежать від медіапростору та утворених у ньому феноменів. Вони позбавлені здатності отримувати інформацію та усвідомлювати навколишню дійсність поза наявним порядком денним. Водночас нова медіареальність породжує глобальну проблему деантропологізації сучасної людини внаслідок «тотальної віртуалізації». «Пристрасть Реального» проявляється у вигляді різноманітних симптомів, у тому числі відчайдушних стратегій повернення до реальності тіла – у такий, часто болісний, спосіб люди бажають зірвати життєві «декорації», прибрати ілюзорність світу, відчутти реальність власної екзистенції [34]. «Зрощування» людини з сучасними засобами зв'язку спричинило парадоксальний ефект: технологічний прогрес у засобах комунікації, породжуючи дедалі більш витончені способи покращання умов життєдіяльності, не стимулює духовний розвиток особистості, а навпаки, обслуговує найбільш архаїчні та примітивні інстинкти та потреби людей. Унаслідок експансії інформаційно-комунікаційних технологій відбувається руйнація зони приватності, людина перетворюється на користувача, абонента, який боїться втратити «повноту буття» за відсутності телефону та водночас відчуває втому через тотальну «спійманість» у просторі та часі.

Завдяки комунікативно-технологічній революції у віртуальний простір, споживацьку культуру та політичну комунікацію міцно вписано міф [35]. Сьогодні він вийшов за межі мистецтва риторики і є, радше, вірусним феноменом маніпуляції всередині суперпаноптичної системи нагляду [36]. У рамках віртуального спілкування міф посилює символічну риторику мас, допомагає маніпулювати реальністю, сприяє симуляції свободи та владних ігор, що є одним із пріоритетів суперпаноптичної системи [27]. У такий спосіб кібервлада встановлює ризоматичну множину, що дозволяє здійснювати легкий контроль в умовах оцифрування та комп'ютеризації біополітики.

Як уже зазначалося, кіберміфічну піраміду, очолює еліта нетократів. Вона формує та контролює політичні дискурси, спрямовуючи символічну комунікацію в бік «поведінкової та ідеологічної панхореографії» [37]. Соціальні міфи

однаково інтерпретуються індивідами, поділяються ними, отже, відбувається посилення закладених у них смислів.

Сучасний міф працює на рівні фактів, дає натуралістичну інтерпретацію подій, торкається колективної свідомості через гіпертекстові вузли та маніпулює нею, особливо коли йдеться про факти насильства чи страждання. Міф дрейфує у бік стереотипів, симулякрів та денотативних викривлень смислу. В умовах гіперреальності нетократична еліта фільтрує комунікативну мережу таким чином, що дійсно цінна інформація перетворюється на трансакційне поле обмеження чи виключення. Як наслідок, інформаційна палітра подається з других рук, що, своєю чергою, посилює симулякри та «схлопування» реальності. Завдяки засобам зв'язку та гаджетам інформація переходить від виміру знання до виміру симулякра. Знання більше не перебуває в парадигмі «істина-хиба», воно переведене в парадигму гіперреальної символічної комунікації; інформація переміщається з простору правдивості до симулякрального периметру міфу.

Однак міфологічний вимір комунікації не може бути усунутий через ризоматичність самого кіберпростору. Така ризоматична мережа, вважає Сл. Жижек, означає повсюдність кіберпростору та інтернету – це ще один товар, а отже, новий засіб споживання та маніпулювання [38]. Таким чином, суперпаноптизм проявлятиметься не тільки щодо певних категорій населення (як у паноптичному баченні М. Фуко [26]), а й у глобальному кіберпросторі – арені політичної комунікації та маніпулювання інформацією. По суті, кіберпростір став реалізацією міфу як символічного порушення принципів реальності, що керують повсякденним життям людини.

Отже, в умовах можливостей віртуальних середовищ засоби масової інформації утворюють комунікативні мости, втілюючи дельозіанський ідеал ризоматичної множини. Наслідки глибокої медіатизації мають суперечливий і взаємопов'язаний характер. Їхня конструктивність полягає в широкій доступності інформації для всього суспільства; медіапристрої є портативними та зручними у використанні; рівень поінформованості населення безупинно зростає мірою поширення сфер застосування медіа. Деструктивність же виявляється в умовності свободи медіа, підконтрольності їх нетократичній еліті, нав'язуванні контенту, незахищеності комунікативних зв'язків у віртуальному просторі, посиленні імерсивності, заміщенні реальності медіареальністю.

## **2. Конструювання жертви у просторі медійної комунікації**

Як було зазначено вище, екранно-цифровий універсум стає дедалі більш ефемерним, ілюзорним, позначеним «ерозією самого принципу реальності» [28]. Його головну ознаку відображає метафора стиснення світу, у якому переосмислена природа нової медіареальності, переплетені об'єктивованій світ



та суб'єктивне його переживання. Новітні медіа відіграють ключову роль у формуванні *homo digitalis* – людини цифрової, людини-користувача, для якої новітні технології «цілеспрямовано на рівні відчуттів прагнуть створити <...> найбільш достовірну ілюзію реальності штучного світу» [39, р. 152].

Онлайн-трансляції, стримінг, зйомки в режимі реального часу створюють відчуття електронної всеприсутності. Завдяки медіа можна, не полишаючи оселі, «відвідати» церемонію вручення Нобелівської премії, «побувати» на засіданні Ради безпеки ООН, «опинитись» у зоні бойових дій в Україні чи на Близькому Сході. Можливість переживати «тут і зараз» те, що відбувається «там і тоді» забезпечують нові медіа<sup>1</sup>. Однак неодмінною умовою знання про інше через безпосередньо дане залишається саме дистанція. Звісно, ідеться не стільки про просторову, скільки про розумову дистанцію – таку, що конституює смисл<sup>2</sup>.

Медіальна дистанція є, зокрема, однією з умов конструювання травми. Навіть незначний за масштабом медіасигнал про травматичну подію здатен ініціювати медіальну дистанцію з усім її потенціалом для створення травми – хоча б тому, що містить у згорнутому вигляді біополітичні цінності. Особа, яка постраждала від зовнішніх обставин або була утиснута в її правах на цілісність, розпізнається як жертва. За таких умов жертва поміщається в реєстр *victim* – її розуміють як те, що не має повторитися.

Кількість вихідних сигналів не має суттєвого значення, достатньо одного, який можна розпізнати та транслювати до наступних адресатів. У такий спосіб запускається процес медіації травми та жертви, побудований за законами медіасередовища. Швидкість та масштабність медіатехнологій дозволяють поширити вплив травматичного досвіду практично на кожного. Безпрецедентна кількість людей може стикнутися, зокрема, з воєнною травмою, «обробленою» ЗМІ<sup>3</sup>. На відміну від війни, яку переживають безпосередньо та інтен-

<sup>1</sup> Головною кваліфікаційною ознакою *нових медіа* є цифрові технології, що забезпечують комунікативність – генерування, копіювання, тиражування.

<sup>2</sup> Майже сто років тому Фріц Хайдер, осмисливши природу викривленого, «апаратного» зору (погляду через об'єктив, лінзу, фільтр теле- та мікроскопів), запропонував структурну модель «перцепції-кризь-об'єктив», де двома крайніми позиціями виявляються «світ-річчя» та «людина», так само з'єднані (проксимально), як і роз'єднані (дистально) дистанцією – медіумом об'єктива [40]. У такому розумінні медіум – це водночас зв'язок / розрив між людиною та об'єктивованим, відчуженим світом як річчю-у-собі. Така парадоксальність згодом влучно підкреслена Ж. Бодріаром у думці, що «необ'єктивність світу» найбільш явно виявляється саме за допомогою «об'єктиву» (*objectif*) [41, р. 175].

<sup>3</sup> Так, одним із панівних тлумачень війни в Україні деякими західними ЗМІ стала ієрархізація жертв на тлі протиставлення європейських біженців цивільним особам, які рятувались від війни в африканських та близькосхідних країнах. Коментуючи конфлікт в Україні, французький журналіст Філіп Корбе зазначив: «Ми не говоримо тут про сирійців, які рятуються від бомбардувань... Ми говоримо про європейців, які їдуть на схожих на наші машинах, аби врятувати свої життя». Репортерка ІТВ Люсі Уотсон підкреслила: «Україна – це не країна третього світу, що розвивається, це Європа». У відповідь дослідник Мустафа Баомі заявив: «Такі коментарі вказують на згубний расизм, яким сьогодні просякнуте висвітлення війни, вони просочуються в його тканину, як пляма, що не зникне. Висновок

сивність якої буває обмеженою, воєнна травма, презентована ЗМІ, суттєво ширша, якщо не всеохопна: новинні повідомлення про війну відбуваються в режимі 24/7 та намагаються охопити всі можливі аспекти та ракурси – від тривоги до деморалізації.

Як колективне або індивідуальне переживання травма виникає тоді, коли медіальна дистанція до протоподії заповнюється векторами гуманізації та юридичної рефлексії, що визначають заподіяні збитки, винних та намічають шляхи компенсації. З огляду на такі обставини важко не погодитися з думкою Дж. Александера, що не будь-яка травматична подія-першопричина може стати травмою, так само як не будь-який факт загибелі людей розпізнається суспільством як жертва [43, р. 239]. Жертва – продукт інформаційних технологій. Вона не там, де ллється кров, а там, де колективний афект сягає певної інтенсивності, де виникає особливим чином влаштоване афективне тіло спільноти.

Умовою зібрання тіла навколо відповідної події є неодмінна наявність у ній універсальних антропологічних констант, які, своєю чергою, є пропорційними мережі. В інших випадках, жертва як офлайнова подія може залишитися непоміченою: не будучи залученою до мережі, вона начебто не існує.

Медіаконтекст осмислення травми суттєво відрізняється від акту мовлення. Йому властиві передусім нелінійні ознаки віртуального. Події з хештегом «жертва» утворюються мережевими хвилями, що не зводяться до мовлення – вони містять чимало знаків, потоків даних, меметичної інформації, остенсивних визначень, які мігрують між вузлами зв'язку та підпадають під постійні зміни протягом формування чогось, що однозначно буде розпізнане як жертва. Таку смислову інтенсивність можна описати як конструювання – поняттям, близьким за значенням до англійського *design*<sup>1</sup>.

Будь-яка подія, що є проявом кризи або навіть зламу біополітичних структур, спричиняє сплеск мережевої активності та неодмінно супроводжується яскраво забарвленими емоційними реакціями. Припускається й формальне співчуття в один клік – емодзі, репост тощо. Відповідні мережеві ритуали спрощують та полегшують жест скорботи, приховують його за знаками, що ви-

---

є ясним: війна – природний стан для кольорових людей, тоді як білі люди природним чином тяжіють до миру». Асоціація арабських та близькосхідних журналістів (AMEJA) вважає, що західній журналістиці властивий менталітет нормалізації трагедій на Близькому Сході, в Африці та Латинській Америці. Репортерка Надін Уайт (The Independent) визнала: хоча засоби масової інформації «часто є силою добра», вони також можуть «санкціонувати расову нерівність під приводом поміщення її в контекст». Кореспондент CBS News Чарлі Д'Агата наголосив, що, проводячи відмінності між Україною (за його словами, відносно цивілізованою, відносно європейською країною) та такими країнами, як Ірак або Афганістан, ЗМІ торгують дегуманізуючими стереотипами і, по суті, поширюють міфи з метою збереження статус-кво [42].

<sup>1</sup> У перекладі з англійської «*design*» означає «проектування», «розроблення». На відміну від мовленнєвого акту, дизайн більш виражено сполучений з колективністю, спільним конструюванням.

конують комеморативну функцію. Такі знаки є доволі наївними – віртуальні свічки, око зі слезою, квіти, янголи, варіації на тему *RIP*<sup>1</sup>, стислі рифмовані некорологи, щедро позначені емотиконами. Вони нагадують професійних плакальниць, які технічно виконують свою ритуальну скорботну роль. Їхнє головне завдання – посилювати інтенсивність реакції, залучати користувачів до інформаційної хвилі нових медіасигналів. Набір траурних знаків іноді доповнюється фотографіями з архівів загиблих, посиланнями на подробиці пригоди з окремими гілками коментарів. Таку ж роль виконують численні платформи новин, що, відповідно до своєї специфіки, нарощують інтенсивність події та ретранслюють їх з «професійними» атрибутами, такими як лаконічність візуальна виразність та здебільшого етична нейтральність, що забезпечує меседжу широке охоплення. Як бачимо, комунікативні траєкторії, що виписують контури травматичної події, передбачають *τέχνη* – ремісницький підхід до жертви як до конструкту. *Τέχνη* у потрібний спосіб мобілізує сили колективного тіла, захищає його від «ступору», дозволяє уникати надто довгих, деструктивних для спільноти хвилин мовчання. Таке ставлення прищеплює цинізм і навчає удаваному етикету жертви (щонайменше вмінню зображувати скорботні обличчя в один клік).

Оскільки з точки зору біополітичного глобалізму будь-яке страждання завжди відбувається поруч, то й жертва – завжди найближче, те, на що не можна не зреагувати. Розпізнати, прийняти і відгукнутися – це соціальний обов'язок суспільства епохи біополітики і головний камертон людяності.

Не можна обійти увагою й суто просьюмерське бажання створити або підтримати медіахвилю, тим самим долучившись до конструювання жертви. Саме травматичні події спричиняють особливо заповзятую користувацьку активність. *Τέχνη* випереджає користувача: бажання схопити камеру і знімати теракт або катастрофу продиктоване пафосом свідчення, привілеєм створення медіаподії, перспективного інформаційного вкидання, здатного привернути на себе увагу. Бажання першим викласти в мережу ролик із терактом цілком щире – так спрацьовує етичний імператив біополітики. Отже, відтоді як користувацьке середовище перестало бути переважно пасивним, кожному пересічному користувачеві делеговано право вносити в мережу свою лепту, чим активно і користується більшість, свідомо чи ні трансформуючи інформаційні потоки.

Зробімо припущення, що процес принесення жертви дорівнює тепер її дизайну, конструюванню, проектуванню. Інформаційні траєкторії, рухи колективного мережевого тіла намотуються одне на одне, формуючи якусь значну подію – Жертву з великої літери. Мережевий резонанс здатний модифікувати

<sup>1</sup> Популярна абревіатура (від латин. «*Requiescat in Pace*» та англ. «*Rest In Peace*» – «спочивай із миром»), вживається як останнє побажання під час прощання з небіжчиком.

вихідну подію-травму, наділити її новими якостями, «переосмислити» всі її компоненти. Це проба на міцність як події, так і спільноти: мережевий резонанс може згаснути, і подія перестане існувати. Або навпаки, резонанс посилиться і надасть жертві нового статусу. Так, до речі, звичайна віктимна жертва може пройти шлях вторинної сакралізації до жертви святої, священної (можливо, і навпаки, і неодноразово). Тут спостерігається цікава паралель з архаїкою: традиційний ритуал жертвопринесення заміщається конструюванням та, зберігаючи сакральну дистанцію до жертви, перетворює дизайн на жрецьку практику – наділення об'єкта найкращими якостями, підвищення його статусу до найкращої жертви, *sacrificium*<sup>1</sup>.

Мережа зрощує жертву і видовище, робить їх амбівалентними, розмиває межу між творцем жертви, її транслятором та адресатом. Таке зміщення функцій, релевантне структурам постінформаційного суспільства споживання, відображене, зокрема, у концепції *produsage*. У цьому неологізмі пасивне споживання (*consume*) витіснене виробництвом (*to produce*) та активним використанням (*usage*). Провідна ідея *produsage*: будь-який користувач виробляє те, що може бути використане іншими відповідно до їхніх запитів. Мережа, своєю чергою, пропонує достатню кількість інструментів для того, щоб щось виробляти і щось потім вживати.

Конструювання будь-якого феномену мережевої культури має відповідати певним правилам. Жертва як медіапродукт підпорядкована користувацьким вимогам – завдяки персональним гаджетам і соціальним мережам вона має бути мобільною і приватною за всієї своєї колективності. До простору співпричетності може приєднатися будь-хто, не полишаючи при цьому свого крісла.

*Produsage* вдало описує суть рекурсивного руху даних у мережі: завдяки децентралізації авторський авторитаризм зводиться до мінімуму. Кожен може створити продукт, кожен може його зруйнувати. Важливою запорукою успішності медіапродукту є користувацька емпатія. Вона спрацьовує, якщо створення трагічної медіаподії загалом нагадує технологію типових медіапродуктів – блокбастерів, лендингів, логотипів тощо. У їхню структуру закладено лаконічність, мобільність та масштабування. Лаконічність фокусує увагу на чомусь одному, забезпечує легке сприйняття, знімає напруження вибору сенсу / дії, повідомляє тільки важливе. Пріоритет тут належить переважно візуальній інформації, для шокowego захоплення уваги активно використовується фасцинація. Мобільність покликана забезпечувати користувацьку увагу будь-де і з будь-якого носія. Під масштабуванням розуміється здатність продукту зберігати свої властивості під час збільшення масштабу. В ідеалі медіа-

<sup>1</sup> З латини «*sacrificium*» буквально перекладається як «роблення священним», «освячення», тобто певний ритуал у відносинах профанного та сакрального, що переходять одне в одне.

продукт має витримати потенційний натиск усієї мережі. Дотримання таких правил гарантує високу конверсію випадкових глядачів в активних користувачів та, відповідно, збільшує капітал конкретної медіаподії. Не слід забувати й про бонуси (зростання переглядів і лайків, стрічки коментів і множинні репости), що стимулюють мережеву активність та дають непогані дивіденди.

Звідси один крок до розуміння жертви як економічної одиниці, чия цінність обумовлена низкою відповідних чинників. Так, стихання резонансу та поступове згасання інтересу до жертви спричиняють її інфляцію. Сучасні технології дозволяють спрогнозувати «термін придатності» жертв та завдяки різним прийомам компенсувати інфляцію ззовні. Як правило, актуалізація користувацької уваги досягається за рахунок фасцинування – вкидання нової шокуючої інформації в старий контент. У хід іде табуйоване «голе життя» [44] з його особливим біополітичним статусом. Добропорядні громадяни легко піддаються хвилі емоційної участі в подіях, коли бачать шокуючі кадри з тілами жертв під соусом «це може статися з кожним». Затишна оселя і навколишня *dolce vita* як антитеза агамбенівському концепту *nuda vita* («голе життя») перестають бути гарантом безпеки. *Dolce vita* традиційно підтримує ресурс суспільної уваги, вона – маркер престижної зони біополітики, акме біополітичних цінностей<sup>1</sup>.

Миттєве підключення значної кількості користувачів посилює швидкість конструювання жертви, так само як і її капіталізацію. Жертва як медіаконструкт стає капіталом, оскільки вона здатна позначати межі престижної зони споживання. Експлуатація пафосу співчуття дозволяє легко перетворити його на ідеальний транскультурний супербренд. І якщо розцінювати суспільну увагу як капітал, то вигода від жертв наявна – у кого їх більше, у того більший набір прав та преференцій.

Складні процеси конструювання жертви перебувають у постійній динаміці, тому важко піддаються систематизації. Спробуємо окреслити декілька важливих тенденцій.

Інертна історична дистанція до жертв минулих часів долається завдяки прийомам, що дозволяють пережити травмування тут і зараз, реанімувати жертви минулого в теперішньому. Уперше прийом демонстрації травми свідка був використаний у фільмі Клода Ланцмана «Шоа» (1985 р.). Камера впритул показала дизлексивний шок тих, кому вдалося вижити в таборі, перетворила процес свідчення на трансляцію досвіду жертви. Факт репрезентації сприймався як історичний акт, саму ж історію було подано як актуальну подію тут і зараз. Зйомки крупним планом, утворення наративу з серії інтерв'ю

<sup>1</sup> Як правило, теракт у престижному районі набуває найбільшого резонансу та найвищого ступеня висвітлення (так було, наприклад, у Німці 14 липня 2016 р. під час свята на честь Дня взяття Бастилії).

свідків емоційно залучили глядача в переживання героїв. Камера перетворила глядача на **актора**, носія пам'яті про трагедію тут і зараз.

Інтенсивність репрезентації жертв досягається завдяки скороченню дистанції між жертвою та глядачем, а іноді й через заміну їх. Прикладом може слугувати кінематографічна стрічка Алехандро Гонсалеса Іньярриту «Плоть і пісок» (2017 р.), знята в технології віртуальної реальності. Завдяки спеціальному обладнанню глядач / **актор** буквально занурений у сюжет, що показує трагізм мексиканської міграції в США. Під час показу фільму на Канському фестивалі у павільйоні було розкладено справжні речі, що належали загиблим, зокрема гору взуття, як в Аушвіці. В основу цієї VR-інсталяції також покладено досвід свідчення: автори фільму довго розмовляли з уцілілими біженцями, і ті зголосилися повторити перед камерами те, що пережили насправді. Уперше в історії технологія VR використовувалась не як розважальний атракціон, а як реальне переживання глядача, як досвід, що дає змогу на собі відчути всю трагедію біженця. Травматичний досвід свідчення доповнювався безпосереднім досвідом жертви – глядачеві / **актору** стріляють в обличчя, поруч безпорадно вмирають люди. Така симптоматична спроба подолати дистанцію засобами медіа свідчить про зниження порога чутливості глядача, який, тим не менш, не готовий покинути зону гарантованої безпеки.

Схожий глядацький запит обслуговує масштабна індустрія виробництва фільмів про жертви катастроф, політичних репресій, Другої світової війни. Тут виразно спостерігається виразна емоційно-естетична подача матеріалу: порівняно з колишніми стрічками на аналогічні теми в сучасних фільмах акцент робиться на шокуючих фото- й відеоматеріалах, та обов'язково на клішованих дислексивних інтерв'ю в дусі Ланцмана. Симптоматичним у цьому контексті є *Yolocaust* – фотопроект ізраїльського сатирика Шахака Шапіри. *Yolocaust* охоплює понад десять тисяч селфі, розміщених у соціальних мережах, де відвідувачі берлінського меморіалу Голокосту займаються йогою, стрибають на скейтборді або просто сидять зі щасливим виразом обличчя. Автор проекту об'єднав ці фотографії зі справжніми знімками жертв Голокосту, поставивши у спільні рамки дві полярні точки біополітичної теми. Отримані колажі повертають дистанцію до «голоного життя», витісняють з кадру найвну вітальність селферів, демонструють наративний збій. Для тих авторів селфі, які відчули «незатишність» дизайну, що апроксимує досвід жертв, залишено лазівку: якщо комусь після перегляду колажів стане соромно за свої фото, автор обіцяє видалити їх із проекту. Ця дія – пряме визнання роботи біополітичної етики та майстерності автора проекту *Yolocaust*, адже домогтися «незатишності» від суб'єкта, який виріс у просторі витонченої медіафасцинації, стає дедалі важче.



Конструювання жертв – висококонкурентна сфера, що вимагає серйозної професійної роботи з матеріалом. Репрезентація досвіду жертв передбачає нестандартні рішення, покликані послабити резистентність суб'єкта. Провокативне змішування жанрів та обов'язкова прив'язка до «фактичності» у вигляді фотографій, свідчень, документів – у такий спосіб, зокрема, працює документальна поезія жертв. Вона являє собою синтез мистецького досвіду й досвіду жертв, показаного через звіти, свідоцтва, протоколи тощо, як певну «правду» про травматичну подію. Так, на хвилі масштабного резонансу навколо постраждалих від насильства у в'язницях виник художній текст-експеримент Філіпа Метреса «Піщана опера», присвячений жертвам катувань у в'язниці Абу-Грейб. Будучи особливим привілейованим типом апеляції до реальності, подібні тексти як самостійний досвід травмування мають значний потенціал і перезапускають хвилю конструювання травматичних смислів.

Однак навряд чи сама по собі наявність медіадистанції та дотримання правил конструювання медіапродукту гарантують виникнення жертви / травми в мережевому просторі. Медіадистанція здатна накопичувати опір, затуманювати або зовсім приховувати ефект «голого життя». Так відбувається, коли засоби медіа самі стають об'єктом уваги і доступні для маніпулювання. У такому разі, з урахуванням стохастичного характеру реакції мережі, передбачити результат мережевого конструювання жертви досить складно, оскільки результат як такий постійно змінюється. Професійні дизайнерські прийоми зі створення резонансного відео, подібного до зйомок сумнівної організації «Білі каски»<sup>1</sup>, як це не дивно, занадто суворі та правильні в демонстрації об'єктів *war porn*, аби бути правдою<sup>2</sup>.

Медіапродукція такого ґатунку традиційно викликає велику зацікавленість, проте самий афект пов'язано уже не стільки з досвідом жертви, скільки з про-

<sup>1</sup> «Білі каски» – назва добровольчого загону сирійської цивільної оборони. Активно висвітлює в мережі свою діяльність завдяки великій кількості відео- та фотоматеріалів, що вважаються постановочними. Симптоматичним стало вручення Оскара документальному фільму «Білі каски» (2016 р., режисер Орландо фон Айнсідель).

<sup>2</sup> З цього приводу наведемо дві розгорнуті цитати зі статті Жана Бодрієра «War Porn»: «Відтепер і назажди ми будемо невпевнені в цих зображеннях. Тільки їхній вплив має значення ... Більше немає потреби у «вбудованих» журналістах, тому що солдати самі занурені в зображення – завдяки цифровим технологіям зображення остаточно інтегровані у війну. Вони більше нічого не презентують; вони не передбачають ні відстані, ні сприйняття, ні судження. Вони більше не належать порядку репрезентації або інформації в суворому сенсі цього слова. І раптом питання про те, чи необхідно їх виробляти, відтворювати, транслювати або забороняти, або навіть «сутнісне» питання про те, як дізнатися, чи є вони істинними чи хибними, стає «недоречним»; «Аби зображення стали правдивою інформацією, вони мають відрізнитися від війни. Сьогодні вони стали такими ж віртуальними, як і сама війна, і через таку причину їхнє специфічне насильство додається до специфічного насильства війни. Крім того, завдяки їхній всюдисущості та панівному у світі правилу робити все видимим, наші теперішні зображення стали, по суті, порнографічними. Спонтанно вони набувають порнографічного обличчя війни. У всьому цьому ... існує іманентна справедливість: ті, хто живе видовищем, від видовища і помруть» [45, р. 86–88].

фанацією останнього. Як наслідок, виникає певне дизайнерське ноу-хау – мерехтливий статус автентичності відеоматеріалів, що дуже ефективно запускає алгоритми *produsage* зі збирання доказів / спростувань, розроблення конспірологічних домислів тощо. Такий прийом хоча й відсуває конструкт жертви на дальній план, проте напряду вписується в систему біополітичних механізмів.

Найбільший резонанс справляє жертва без вираженого адресата. Очевидність нарративного збою, фасцинаторне обнулення смислів важко вкладаються у сталі кліше на кшталт «це не повинно повторитися». Численні дослідження *trauma studies* пропонують різного типу рефлексії на тему травми, проте лише загострюють ситуацію. Тіло жертви як комунікативне тіло вимагає негайної нерефлексивної реакції.

Одним зі способів, пропонованих самої мережею, є *хайп* – яскравий феномен, супутній усім точкам комунікативної інтенсивності<sup>1</sup>. Без хайпу немає становлення сучасної жертви. Хайп здатен вбирати в себе спільноту в будь-якому масштабі. Завдяки такій властивості він сприяє конструюванню великогабаритних структур, у тому числі й колективної травми. Сленгове слово *хайп*, що виникло колись у сфері комерційного просування, тепер належить до широкої сфери активного мережевого спілкування, пов'язаного з просуванням спільної ідеї або настрою. Суть хайпу полягає в невідкладній співучасті, що передається миттєво і дає змогу чітко відчутти тілесність мережевої спільноти, скорочення мускулатури загального тіла у відповідь на якийсь подразник. Користувач, який починає хайпити певну тему, завжди розраховує на силу колективного афекту, віртуальну силу підтримки. Відклик користувачів на хайп-хвилю підтверджує тотожність їхнього афекту загальному, а також формує їхню ідентичність. Привабливість хайпу полягає в тому, що він передчуває афект колективного тіла, він є спонтанним, а точки його самоорганізації множинні та ситуативні. Хвильову реакцію запускають тригери з широкою амплітудою – від незначних мемів до масштабних ідей.

Хвилі реакції, що стрімко зростають, утворюються з сумарного обміну репліками та знаками в будь-якій кількості та в будь-якому обсязі. Самі по собі вони є найпотужнішим медіасигналом, куматоїдом, утвореним масивами даних із приватних акаунтів, що, зокрема, передбачають певну монетизацію, якщо згадати про жертву як про економічну одиницю.

Ланцюгова реакція дискретного спілкування забезпечує позамовну комунікацію. Кожне окреме висловлювання, саме по собі незначне, набуває сенсу саме як знак причетності до спільноти. Сума всіх висловлювань не утворює лінійної оповіді, оскільки смисли залишаються розподіленими по всіх вузлах-

<sup>1</sup> Хайп – неологізм із мережевого сленгу, який у перекладі з англійської (*hype*) означає «нав'язлива реклама, шумиха, ажітаж». Похідне дієслово «хайпити» означає «розкрутити, роздути, зробити модним».

учасниках. За відсутності наративу виникає ройовий афект, що відповідає за колективну поведінку децентралізованої самоорганізованої системи. Така мережева практика існує лише в своїй актуальній фазі – хайп не піддається архівуванню, так само як і відстеженню постфактум. Це різновид кросплатформової комунікації, обмежений лише ресурсом власної інтенсивності. Інтенсивність не є пропорційною вихідному медіасигналу, хайп як практика утворюється навколо порожнього центру – важливий самий афект, а він, як будь-яке переживання, є справжнім незалежно від свого тригера.

Такі функції хайпу дозволяють ефективно організовувати взаємодію навіть з деструктивним досвідом травмування, а також конструювати саму травму як колективну інтенсивність. Причетність через хайп знімає тягар суб'єктивної відповідальності, перекладає його на співтовариство. Проективність хайпу має акцидентальний характер. Наприклад, результатом хайпу може стати петиція як вихід на пряму дію компенсації травми. Однак головна мета хайпу – створити колективний афект, пропустити через себе хвилю нової тілесності, тим самим сприяючи самоідентифікації користувачів.

Простір хайпу дозволяє відрізнити «своїх» від «чужих». Тут утворюються моделі універсальної антропології, тут вони проходять природний відбір. Хвиля згасає, якщо не знаходить відгуку – у такий спосіб тригери, що запускають хайп, перевіряються на ефективність. Своєю чергою, громадянський обов'язок біополітики змушує відгукуватися, сприймаючи як обов'язок апріорне почуття провини, формуючи універсальний камертон людяності.

Внутрішня проектна робота зі створення найбільш ергономічного дизайну жертви спрямована на певну мету: розробити та утворити таку жертву, яка пронизає найбільшу кількість соціальних лав, змусить їх слухати і резонувати. Звідси стає зрозумілою наявність у мережі величезної кількості матеріалів алармічного характеру. Сукупність різноманітних ресурсів, присвячених глобальній травмі (війни, тероризм, геноцид, пандемії, екокатастрофи тощо), нагадують колекцію видовищних фонів, завдяки яким можна швидко побудувати дизайн жертви – як реальної, так і уявної. Яскравим прикладом останньої є телевізійний фільм BBC «Чи переживемо ми мегацунамі?» («Could We Survive a Mega-Tsunami?», 2013 р.). Гіпотетичний проєкт обвалення великої частини Канарських островів в океан демонструє модель потенційної катастрофи, спричиненої хвилею цунамі. Фільм цілком відповідає тренду *survival*-настроїв та обслуговує популярний глядацький фантазм на тему апокаліпсису. Цікаво, що фільм побудовано на свідченнях очевидців неіснуючої події в найкращих ланцманівських традиціях жанру (дизлексія, сльози, пригадування болісних моментів тощо). Цю стрічку побудовано не довкола сейсмічної моделі цунамі, а довкола жертв цієї хвилі: перед глядачем специфічний мокьюментарі, ретельно виконаний дизайн жертв. Позачасове розташування

жертв, умовна просторова прив'язка та форс-мажор як причина страждання оголюють саму структуру жертви в контексті біополітики, а споживчий запит на видовище такого роду вказує на одержимість травмуванням.

**Висновки.** Медіатехнології являють собою потужний драйвер соціального розвитку, інструмент та знак сучасної культури. Образ світу сьогодні виходить за межі приватного простору людини. Світоглядну картину утворюють уявлення та переживання, дедалі менш властиві людині особисто, проте розраховані на всіх. Досвід заміщається переживанням, а оповідальність – дискретною інформацією.

Медіапростір конститує медіареальність, якій підпорядковується вся сукупність соціокомунікаційних відносин. З-поміж мережевих ресурсів дедалі більшу роль відіграють нові медіа. Вони не тільки здійснюють функції підтримки комунікації, а й часто стають об'єктом та засобом інформаційного впливу.

В умовах суперпаноптикуму контроль над біополітичним дискурсом належить нетократичним елітам. Нетократична модель переміщає людей у гіперреальність подій та симулякри значень, атрибує суб'єктам певні ролі, організовує соціальні практики відповідно до біополітичних імперативів. Так, «неналежна» подія (як причина культурної травми та дискурсу жертви) вважається гідною людського простору, оскільки дозволяє застосувати щодо себе арсенал біополітичної етики, струсити зв'язки спільноти та перевірити її учасників на одностійність. У такому контексті жертва і травма стають майже синонімічними поняттями: жертва – це травмоване тіло (особи, народу), тоді як травма – статус жертви у біополітичному просторі.

## REFERENCES

1. Martinez, D. E. (2011). Beyond disciplinary enclosures: Management control in the society of control. *Critical Perspectives on Accounting*, Vol. 22(2), 200–211. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2010.06.016>
2. Deleuze, G. (1992). Postscript on the Societies of Control. *October*, 59, 3–7.
3. Castells, M. (2013). *Communication Power*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.4000/books.editionsmssh.10551>
4. Sützl, W. (2016). Gianni Vattimo's Media Philosophy and Its Relevance to Digital Media? *Philosophy Today*, Vol. 60, 3, 743–759.
5. Krämer, S. (2016). *Medium, Messenger, Transmission: An Approach to Media Philosophy* Amsterdam: Amsterdam University Press. URL: <https://library.oapen.org/bitstream/id/761778d5-8853-4ca8-8813-b34a6b0ed3a8/628133.pdf>
6. Espinoza, Ch. (2012). *Millennial integration: Challenges millennials face in the workplace and what they can do about them*. Antioch University.

7. Digital anthropology. H. Horst, D. Muller (Eds.) (2012). London, New York: Berg, 2012.
8. Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, Vol. 19, 1, 87–101.
9. Dean, J. (2010). *Blog Theory. Feedback and Capture in the Circuits of Drive*. Cambridge: Polity, 2010.
10. Chaffee, S. H., Metzger, M. J. (2001). The end of mass communication? *Mass communication & Society*, Vol. 4, 4, 365–379.
11. Dean, J. (2010). The Real Internet. *International Journal of Žižek Studies*. Vol. 4, 1, 13–14.
12. Danilyan, O., Dzoban, O., Hetman, Y., Kalynovskyi, Y. (2023). Features of information war in the media space in the conditions of russian aggression against Ukraine. *Cogito*, Vol. 15, 3, 55–71.
13. Campbell, G., Smith, L., Wetherell, M. (2017). Nostalgia and Heritage: Potentials, Mobilisations and Effects. *International Journal of Heritage Studies*. Vol. 23, 7, 609–611.
14. Eckel, J., Ruchatz, J., Wirth S. (2018). The Selfie as Image (And) Practice: Approaching Digital Self-Photography. *Exploring the Selfie: Historical, Theoretical and Analytical Approaches to Digital Self-Photography*. London, New York, Shanghai: Palgrave Macmillan, pp. 1–23.
15. Bareither, C. (2021). Difficult heritage and digital media: «selfie culture» and emotional practices at the Memorial to the Murdered Jews of Europe. *International journal of heritage studies*. Vol. 27, 1, 57–72.
16. Sather-Wagstaff, J. (2017). Making Polysense of the World: Affect, Memory, Heritage. *Heritage, Affect and Emotion: Politics, Practices and Infrastructures*. London, New York: Routledge, pp. 2–29.
17. Thiemeyer, T. (2018). Erinnerungspraxis Und Erinnerungskultur. *Erinnerungspraxis Zwischen Gestern Und Morgen: Wie Wir Uns Heute an NS-Zeit Und Shoah Erinnern*. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde, pp. 7–20.
18. Pinchevski, A., Richardson, M. (2023). Trauma and digital media: Introduction to crosscurrents special section. *Media, Culture & Society*, Vol. 45, 1, 178–180.
19. Kaplan, E. A. (2005) *Trauma Culture: The Politics of Terror and Loss in Media and Literature*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.
20. Hirsch, M. (2012) *The Generation of Postmemory: Writing and Visual Culture After the Holocaust*. New York: Columbia University Press.
21. Meek, A. (2010). *Trauma and Media: Theories, Histories, and Images*. New York: Routledge.
22. Pinchevski, A. (2019). *Transmitted Wounds: Media and the Mediation of Trauma*. New York, NY: Oxford University Press.
23. Richardson, M. (2018). Radical absence: Encountering traumatic affect in digitally mediated disappearance. *Cultural Studies*. Vol. 32, 63–80.
24. Rattray, G. J. *An Environmental Approach to Understanding Cyberpower. Cyberpower and National Security*. Virginia: Potomac Books, 2009, pp. 253–274.



25. Getman, A. P., Danilyan, O. G., Dzeban, A. P., Kalynovskyi, Yu. Yu. (2022). Modern ontology: reflection on the continuity of cyberspace and virtual reality. *Revista de Filosofia*. Vol. 39, 102, 78–94.
26. Foucault, M. *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978–1979*. New York: Palgrave MacMillan, 2008.
27. Bard, A., Jan Söderqvist (2012). *The Futurica Trilogy*. Stockholm: Stockholm Text.
28. Vattimo, G. (1992). *The Transparent Society*. Cambridge: Polity Press. [https://doubleoperative.files.wordpress.com/2009/12/vattimo-gianni\\_the-transparent-society.pdf](https://doubleoperative.files.wordpress.com/2009/12/vattimo-gianni_the-transparent-society.pdf)
29. Žižek, S. (1997). *Cyberspace or the unbearable closure of being. The Plague of Fantasies*. London: Verso. [https://issuu.com/clog\\_unlp/docs/cyberspaceunbearableclosureofbeing](https://issuu.com/clog_unlp/docs/cyberspaceunbearableclosureofbeing)
30. Lopez-Rabadan, P. (2022). Framing Studies Evolution in the Social Media Era. Digital Advancement and Reorientation of the Research Agenda. *Social Science*. Vol. 11, 1, 9. URL: <https://www.mdpi.com/2076-0760/11/1/9>
31. Cottle, S. (2006). Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent. *Media, Culture & Society*. Vol. 28, 3, 411–432. <https://doi.org/10.1177/0163443706062910>
32. Baudrillard, J. (1981). *For A Critique of the Political Economy of the Sign*. New York: Telos Press.
33. Rheingold, H. (2003). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. New York: Basic Books.
34. Žižek, S. (2002). *Welcome to the desert of the real! Five essays on september 11 and related dates*. London: Verso, 2002. URL: [http://www.rebels-library.org/files/zizek\\_welcome.pdf](http://www.rebels-library.org/files/zizek_welcome.pdf)
35. Bottici, C. (2007). *A Philosophy of Political Myth*. New York: Cambridge University Press, 2007.
36. Jordan, T. (1999). *Cyberpower*. New York: Routledge.
37. Schussler, A.-E. (2017). The Cyberspace Myth And Political Communication, Within The Limits Of Netocracy. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*. Vol. 16, 48, 65–78.
38. Žižek, S. (2003). *The Ideology of the Empire and its Traps. Empire's New Clothes: Reading Hardt and Negri*. New York: Routledge, pp. 255–267.
39. Danilyan, O., Dzoban, O., Kalynovskyi, Y. (2023). Digital man as a product of the information society. *Cogito*. Vol. 15, 1, 142–158.
40. Wolf, B. (2003). Fritz Heider and Egon Brunswik. Their lens models. Origins, similarities, discrepancies. *Nineteenth Annual International Meeting of the Brunswik Society: 100th Anniversary of Brunswik's Birth*. Vancouver.
41. Baudrillard, J. (1999). La Photographie ou l'écriture de la Lumière: Litteralite de l'Image. *L'Echange Impossible*. Paris: Galilee.
42. McCloskey, S. (2022). The War in Ukraine Has Revealed a Hierarchy of Victims. *Policy & Practice: A Development Education Review*, 34. URL: <https://www.developmenteducationreview.com/issue/issue-34/war-ukraine-has-revealed-hierarchy-victims>



43. Alexander, J. C. (2005). *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology*. Oxford: Oxford University Press.
44. Agamben, G. (1998). *Homo Sacer. Sovereign power and bare life*. Stanford: Stanford University Press.
45. Baudrillard, J. (2006). War Porn. *Journal of visual culture*. Vol. 5, 1, 86–88.

**Kovalenko Inna**, PhD, associate professor of Philosophy Department, Yaroslav Mudryi National Law University Kharkiv, Ukraine

**Meliakova Yuliia**, PhD, associate professor of Philosophy Department, Yaroslav Mudryi National Law University Kharkiv, Ukraine

**Kalnytskyi Eduard**, PhD, associate professor of Philosophy Department, Yaroslav Mudryi National Law University Kharkiv, Ukraine

## THE VICTIM AS A MEDIA CONSTRUCT IN THE SPACE OF BIOPOLITICS

*The article makes sense of the phenomenon of victim construction by means of transmedia communication. The first part is devoted to the role of media technologies in the modern biopolitical space. It is emphasized that control over communication within the framework of new power paradigms is carried out by a netocratic elite – a new form of cyber-technological superpanoptism. The importance of media logic in the new system of social relations and worldview models is shown. In the second part, based on the study of the phenomena of deep mediatization, the specificity of cultural grass and sacrifice as media constructs, products of information technologies designed to reproduce biopolitical imperatives is understood.*

**Keywords:** digital panopticon, network communication, trauma discourse, victim, collective identity.

