

8. **Lovlie A.** The Rhetoric of Persuasive Games Freedom and Discipline in America's Army [Electronic resource] / Anders Lovlie // Proceedings of The Philosophy of Computer Games Conference 2008. – Access mode: [http://opus.kobv.de/ubp/volltexte/2008/2461/pdf/digarec01\\_04.pdf](http://opus.kobv.de/ubp/volltexte/2008/2461/pdf/digarec01_04.pdf)
9. **Mateas M.** Burgertime: A Proceduralist Investigation [Electronic resource] / M. Mateas, M. Treanor // Proceedings of the 2011 DiGRA International Conference: Think Design Play. – DiGRA/Utrecht School of the Arts, January, 2011. – Access mode: <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/11307.07106.pdf>
10. **Mäyrä F.** An Introduction to Game Studies / F. Mäyrä. – London : SAGE Publications Ltd, 2008. – 196 p.

#### RHETORIC OF POLITICAL VIDEOGAMES IN GLOBAL AND LOCAL CONTEXT

**Maliuk Yevhen**, Postgraduate,  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv city

In this article the persuasive capabilities of videogames with using of procedural rhetoric illustrated by the case of world and local Ukrainian political videogames were analyzed. Examples of using of the procedural rhetoric in political videogames aimed to propaganda and satire were also analyzed. Also we specified the local features, themes, procedural and verbal messages of Ukrainian political videogames, their relationship within global context. Specificities of distribution of such games were identified.

**Key words:** videogame, political videogame, procedural rhetoric, computer game, propaganda.

UDC 32.019.5:008/004

#### RHETORIC OF POLITICAL VIDEOGAMES IN GLOBAL AND LOCAL UKRAINIAN CONTEXT

**Maliuk Yevhen**, Postgraduate,  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv city

**The aim** of the research is to define the features of political videogames and to analyze them within global and local Ukrainian context. Political videogames is a kind of videogames that dealt with actual events in the broad political sense.

**Research methodology.** In this article we used comparative method for comparing political videogames within global and local Ukrainian context, analytical method for researching previous scientific works about these videogames, historical method to find dependencies between the state of Ukrainian political videogames and political situation in this country.

**Results.** Political videogames use various types of rhetoric such as visual, verbal, procedural etc. Political videogames use procedural rhetoric (the only one rhetoric in new media that is inherent only to videogames) to persuade players by their gaming experience. It is very popular method to promote, for example, the virtues of American army. But most of projects about local contexts prefer to capitalize social interest without persuasion using only popular political memes. Political videogames relating to generalization of political systems in the broad sense have tended to global contexts. Ukrainian political videogames are about political in narrow sense of this word. These games often use images of famous politicians to demonstrate a negative attitude towards them.

**Novelty of this paper** is in analysis of the Ukrainian videogames that never been analyzed before.

**Practical significance.** The materials can be used in the courses of game studies or cultural studies. Also this paper can be basis for research of Ukrainian political videogames.

**Key words:** videogame, political videogame, procedural rhetoric, computer game, propaganda.

*Надійшла до редакції 3.11.2017 р.*

УДК 008:130.2

#### ПРОЦЕСИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ: ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ

**Воронік Дмитро Сергійович**, аспірант кафедри культурології та інформаційної діяльності, Маріупольський державний університет,  
м. Маріуполь  
[voronikd@gmail.com](mailto:voronikd@gmail.com)

Висвітленні процеси візуалізації в сучасній культурі. Акцентується увага на тих проблемах і викликах, що породжує сучасна візуальна культура. Визначено, що сучасна культура характеризується переважанням візуального над вербальним. Повсюдне розповсюдження візуальних образів, які набувають все більшого значення в якості способу спілкування, демонструє заміну вербальної парадигми візуальною. Зазначено, що візуальні образи стають символами, через які не лише передається інформація, а формуються ціннісні орієнтації. Дані процеси потребують осмислення, оскільки принципово змінюють не лише форми комунікацій, але й саму культуру та суспільну свідомість. Уперше проаналізовано проблеми, пов'язані з «гібридною» війною російської пропаганди проти України в контексті загальних процесів візуалізації в сучасній культурі.

**Ключові слова:** візуалізація, сучасна культура, образ, «гібридна війна».

*Постановка проблеми.* Сьогодні суспільство переживає цифровий та візуальний бум. Сучасна культура характеризується переважанням візуального над вербальним. Повсюдне розповсюдження візуальних образів, що набувають усе більшого значення в якості способу спілкування, демонструє зміну вербальної парадигми візуальною. Кінематограф, реклама, відео в You Tube та, в останні роки, справжній бум серіалів, породжує суспільство, що виростає на візуальній, а не текстовій інформації. Більш того, візуальні образи стають потужним фактором сучасних політичних практик, бізнесу та повсякденного життя. Вона стають й головними символами, через які не лише передається інформація, а формуються сучасні ціннісні орієнтації. Крім того, сьогодні, кожен може стати створювачем візуального контенту, що істотно змінює попередню систему, де «виробник» і «споживач» були розділені. Проте, сучасні процеси візуалізації, утворюючи глобальне інформаційне поле, породжують і проблеми. Тож дані процеси потребують осмислення, оскільки принципово змінюють не лише форми комунікацій, але й саму культуру та суспільну свідомість.

*Аналіз останніх досліджень.* Першим, хто звернув увагу на зміни в культурній сфері, пов'язані з домінуванням образів та їх новою функцією, був німецький філософ В. Беньямін. У праці «Твір мистецтва в епоху його технічної відтворюваності» автор визначив, що нові технічні засоби позбавили твори мистецтва аури та відкрили нову сторінку в розвитку культури [1]. Проте, в сучасному значенні візуальність, як характерну рису постмодерної культури, почали докладно вивчати наприкінці 80 – поч. 90-х рр. У. Дж. Т. Мітчелл [17] та Дж. Елкінса [16] заклали основу для сучасного аналізу «візуального повороту» в культурі. Автори проаналізували поняття «візуальності», проблематику бачення й опису баченого.

Для сучасних досліджень характерні різні ракурси аналізу візуального. Намагання осмислити домінування візуалізації в ширшому історичному контексті притаманне М. Мак-Люєну [10] та П. Штомпці [15]. Перший зосередив увагу на медіа та проаналізував як змінювалися протягом історії комунікативні можливості і саме суспільство. П. Штомпка ж зосередив увагу на фотографії, розглянувши її в рамках соціології. Відомий американський дослідник Ф. Джеймисон виявив функції візуальної культури в умовах глобалізації. Взаємозв'язку процесів візуалізації та капіталістичної глобалізації торкається в своїй роботі Ф. Джеймисон [5].

С. Зонтаг аналізує процеси змін у пам'яті на матеріалі фотографії [7]; П. Вірільо розглядає проблему парадоксальної актуальності «віртуальної» образності, що виникла з винаходом моментальної фотографії, а сьогодні заповнила світ через відео [3]; І. Полухтова приділяє особливу увагу впливу візуальної культури і, перш за все, кінематографа, на формування особистості сучасних підлітків [12]; А. Усманова розглядає візуальність з позиції гендерних досліджень [14]; М. Кришталева досліджувала вплив візуальності на психологію сучасної людини [8].

Найбільш повно процеси візуалізації на матеріалі сучасної української культури простежила в дисертації Ю. Марційчук [11], акцентувавши увагу на візуалізації як модусі деконструкції змістів минулого в аспекті значимості для сучасної України. Проте праць, що б узагальнили ті проблеми, що постають у результаті домінування візуальності в сучасній культурі, немає. Тож даний аспект потребує аналізу та осмислення.

*Мета статті* полягає в аналізі процесів візуалізації в сучасній культурі та виявленні її особливостей і проблем, які вона породжує.

*Виклад матеріалу дослідження.* В 1901 р. Е. Золя заявив – «Не можна стверджувати, що справді щось бачив, поки це не сфотографовано». Видатний письменник зумів побачити не лише реалістичні можливості розповсюдженого на той час нового технічного засобу, а зумів зрозуміти великі зміни, що несе фотографія не лише для зображального мистецтва, але й загалом для культури. Поява фотографії, що стала не лише одним із головних засобів трансляції інформації, а частиною нового, за В. Беньяміном, світу технічної відтворюваності, трансформувала всю соціальну функцію мистецтва і змінила функцію пам'яті [1]. Саме вона заклала початок масового розповсюдження візуальних образів. Винайдення братами Люм'єр наприкінці XIX ст. апарату для запису та відтворення рухливих зображень сприяє ще більшому утвердженню «культури ока». 2 листопада 1936 р. телевізійна компанія ВВС почало передачі першого у світі публічного регулярного телебачення високої чіткості, закладаючи еру «екранної культури». Це породило, за визначенням Г. Дебора, «суспільство вистави», коли теле- та кіноекрани замінили реальність [4]. В останні десятиліття минулого століття стався новий стрімкий ривок технічного поступу. Наприкінці 1980-х починається масове розповсюдження персональних домашніх комп'ютерів та мобільного зв'язку, на початку 1990-х – Інтернету. Сьогодні ж суспільство переживає справжній візуальний бум. Фотографії та образи, завдяки інтернету, буквально окупували суспільство. За даними Simply Measured: понад 50% користувачів Facebook щодня переглядають хоча б одне відео, щодня в мережі реєструють понад

800 млрд. переглядів відео. За даними Cisco в 2019 р. 80% інтернет-трафіку припадатиме на відео [2]. Це дало підстави сучасному польському соціологу П. Штомпці визначити наш час, із точки зору домінуючих рис /якостей культури, як настання «візуальної епохи» [15; 23]. На його думку, у першому періоді в міжлюдському спілкуванні домінують усні повідомлення. Люди комунікують за допомогою розмови. Це дуже обмежує коло людей, що спілкуються в силу необхідності їх просторової близькості: спілкування відбувається «обличчям до обличчя».

У другій епосі поява письма дозволила фіксувати досвід, спостереження, інформацію і ділитися ними з більш широким колом осіб. Скасовується умова просторової близькості: Книга доходить до осіб, віддалених у просторі. Більш того, долається обмеження часу, з'являється можливість передавати досвід, спостереження, інформацію наступним поколінням. В епосі письма переломним моментом є винахід друкарства, коли текст може бути розмножений і доставлений необмеженій кількості одержувачів. Письмо і друк – надзвичайно важливі фактори виникнення сучасного суспільства, а особливо тієї його характеристики, що визначена як масова культура. Нарешті, у візуальну епоху велике значення в міжлюдському спілкуванні набуває образ [15; 22–23].

Образи переносять інформацію, знання, емоції, естетичні відчуття, цінності. Вони впливають не лише на свідомість, а й підсвідомість. Можна їх читати як текст, аналітично і фрагментарно. У той же час вони атакують глядача і синтетично, за допомогою цілісної передачі, свого центрального, ударного змісту.

Таким чином, сприйняття навколишнього світу стає все більш опосередкованим зображеннями. Образи конструюють і формують наше розуміння світу. Візуальна сприйнятливість замінює або доповнює сприйнятливість текстову. Масовість зображення в нашому оточенні призводить до того, що спостерігаємо навколишню дійсність крізь призму образів.

Сьогодні, як стверджує Є. Сальнікова, популяризація електронних носіїв візуальної інформації призводить до того, що знайомство індивіда з образами з простору технічної візуальної культури помітно випереджає знайомство безпосередньо з образами самого оточуючого нас світу, а також і традиційними книгами або образотворчим мистецтвом; народжуються нове покоління людей, що будуть сприймати електронну візуальну культуру як «першу» культуру, тому що вони мають можливість розпочати з нею знайомство раніше, ніж з алфавітом [13]. Ця епоха формує нове покоління людей, що живуть у полі образів, для яких, за висловлюванням сучасної дослідниці «візуальних студій» А. Усманової, «Гомер – герой із «Сімпсонів», а не автор «Одісеї» [14].

Образи переносять інформацію, знання, емоції, естетичні відчуття, цінності. Вони впливають не лише на свідомість, а й підсвідомість. Проте посилення ролі візуальності в культурі та суспільному житті викликають різну оцінку як у суспільстві, так і у дослідників. Починаючи з Г. Дебора, який негативно ставився до «суспільства вистави», дослідники почали критикувати домінування візуальних образів у рекламі на телебаченні чи в кіно, вбачаючи в них засоби для розважання та для репресивного контролю і нав'язування через них потрібних владному класу норм і цінностей. Інший недолік – усе більш деталізований показ жорстокості, насильства, воєн тощо.

Як вважають деякі дослідники, сьогодні відбувається «звикання аудиторії до трансляції засобами масової інформації насильства в поєднанні з прагненням до форсованої драматизації медійного змісту породжують прогресуючу тенденцію до відображення жорстокіших, шокуючих сцен і деталей». [11; 93]. Це призводить до того, що люди сприймають насилля, особливо військові конфлікти, майже беземоційно, як частину загальної інформаційного шуму, що призводить не лише до все більшого поширення насильства, як такого, а є своєрідною «ампутацією» співпереживання. Проте інші дослідники вважають інакше. С. Зонтаг завважувала – «зовсім не обов'язково, що фото образи скорботи і горя втрачають із часом силу шокувати і потрясати. Але і користі від них буде небагато, постав ми перед собою завдання зрозуміти, усвідомити, осмислити. Оповідання може змусити нас зробити це. Але фотообрази роблять дещо інше: вони невідступно слідуєть за нами. Згадайте один із незабутніх знімків війни в Боснії, автор якого, іноземний кореспондент «Нью-Йорк Таймс» Дж. Кіфнер писав: «Сильний образ, образ найтривалішої з Балканських воєн: сербський військовий, який мимохідь б'є ногою по голові жінку-мусульманку. Цим чином все сказано» [6]. Те, що американська дослідниця привела на прикладі фотографії можна застосувати й до відео.

У візуалізації помітні й позитивні наслідки. Як зазначає Ю. Марційчук «У посиленні ролі візуалізації вбачається один із варіантів подолання інформаційної кризи. Визначальні риси візуалізації: універсальність, наочність, доступність, зрозумілість, спрощеність – значною мірою нівелюють ті виклики інформаційної культури, що пов'язані зі швидкістю передачі, сприйняття й засвоєння потоків інформації» [11; 93].

Питання пам'яті в епоху панування візуальності також стає актуальним і складним. Згадувана С. Зонтаг зазначала, що «пам'ятати все більше і більше означає сьогодні не згадувати історію, а викликати в пам'яті картинку» [6]. Як це не парадоксально, але в якості прикладу автор приводила одного з найпомітніших письменників кінця минулого століття – В. Зебальда. Адже в своїх книгах автор не лише описував та рефлексував над проблемами війни, зруйнованих життів, знищеної природи. Він ілюстрував їх фотографіями. Згадуючи минуле, він хотів, щоб читачі також воскрешали його в пам'яті, а для цього потрібні зображення.

Не дивно, що сьогоднішні конфлікти здебільшого ведуться в площині образів. Різноманітні візуальні образи стали частиною «гібридної війни» Росії проти України в сучасний період. Саме візуальні образи, через властиві їм інформативність та швидкість передачі, починають домінувати в пропагандистській війні. Проте «гібридна війна» актуалізувала ще одну проблему – спрощеність, характерна для візуального образу. Часто російські пропагандисти співставляють сучасні образи з історичними образами, які закарбувались у пам'яті пересічного глядача. Таким чином намагаючись викликати потрібні емоції. Так, показ демонстрацій полку «Азов» в інтерпретації російських пропагандистів одразу ж перебивається нацистськими маршами, що одразу змушує сприймача інформації ставити знак рівності між двома маршами лише на основі схожості образів, що закарбувались у пам'яті. Таким чином, завдяки візуальним образам пропагандистам легше маніпулювати, оскільки візуальний зачіпає емоційну сторону, більше ніж вербальний текст.

*Висновки.* Виходячи з проаналізованого матеріалу можна стверджувати, що сучасна культура характеризується домінуванням візуальності. Цей процес впливає не лише на культуру, але й на суспільство. Візуальні образи стають головними символами, через які не лише передається інформація, а які формуються сучасні ціннісні орієнтації. Візуалізація культури має як позитивні, так і негативні риси. Дослідники відмічають, що все більш деталізований показ жорстокості, насильства, воєн, призводить до звикання до такої інформації та зменшення відчуття емпатії й співпереживання. У посиленні ролі візуалізації вбачається один із варіантів подолання інформаційної кризи. Визначальні риси візуалізації: універсальність, наочність, доступність, зрозумілість, спрощеність – значною мірою нівелюють ті виклики інформаційної культури, пов'язані зі швидкістю передачі, сприйняття й засвоєння потоків інформації. Питання пам'яті в епоху панування візуальності також є неоднозначним. Сьогодні пам'ятати означає не згадувати історію, а викликати в пам'яті зображення. Через процеси візуалізації людство опиняється перед новими викликами та проблемами, що потребують осмислення і розв'язання.

У подальшому вважається актуальним дослідити більш глибоко особливості української візуальної культури в контексті світової.

### Список використаної літератури

1. **Беньямин В.** Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / [Електронний ресурс] / В. Беньямин. – Режим доступу: [http://forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka\\_Benjamin.htm](http://forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm)
2. **Берек О.** Читать или смотреть? Видео в тренде: You Tube, Instagramи Facebook [Електронний ресурс] / О. Берек. – Режим доступу: <http://www.cossa.ru/264/145448/>
3. **Вирильо П.** Машина зрения / П. Вирильо. – М. : Наука, 2004. – 144 с.
4. **Дебор Г.** Общество спектакля / Г. Дебор. – М. : Логос. – 184 с.
5. **Джеймисон Ф.** Репрезентация глобализации [Електронний ресурс] / Ф. Джеймисон. – Режим доступу: <http://polit.ru/article/2010/04/05/jameson/>
6. **Зонтаг С.** Когда мы смотрим на боль других [Електронний ресурс] / С. Зонтаг. – Режим доступу: <http://seance.ru/n/32/shockumentary/kogda-myismotrim-nabol-drugih/>
7. **Зонтаг С.** О фотографии / С. Зонтаг. – М. : Ad Marginem, 2012. – 272 с.
8. **Крышталева М.** Визуальный опыт человека в современной культуре [Електронний ресурс] / М. Крышталева. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru>
9. **Ларионова Н.** Гипертекст как модель современной культуры [Електронний ресурс] / Н. Ларионова. – Режим доступу: <http://www.dissercat.com/content/gipertekst-kak-model-sovremennoi-kultury>
10. **Мак-Люен М.** Галактика Гутенберга : становления людини друкованої книги / М. Мак-Люен. – Київ : Ніка-Центр, 2001. – 392 с.
11. **Марційчук Ю.** Процеси візуалізації в культурі незалежної України: дис... канд. культурології / Ю. Марційчук. – Харків, 2016. – 187 с.
12. **Полуэхтова И.** Штрихи к портрету / И. Полуэхтова // Искусство кино. – 1997. – № 1.
13. **Сальникова Е.** Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры [Електронний ресурс] / Е. Сальникова. – Режим доступу: <http://www.dissercat.com/content/fenomen-vizualnosti-i-evolyutsiya-vizualnoi-kultury>
14. **Усманова А.** Визуальные исследования как исследовательская парадигма [Електронний ресурс] / А. Усманова. – Режим доступа : <http://viscult.ehu.lt/article.php?id=108>.

15. *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования / П. Штомпка. – М. : Логос, 2007. – 168 с.
16. *Элкинс Дж.* Исследуя визуальный мир / Дж. Элкинс. – Вильнюс : Европейский гуманитарный ун-т, 2010. – 534 с.
17. *Mitchell W. J. T.* What Is an Image? [Электронный ресурс] / W. J. T. Mitchell. – Режим доступа: / [http://users.clas.ufl.edu/sdobrin/WJTMitchell\\_whatisanimage.pdf](http://users.clas.ufl.edu/sdobrin/WJTMitchell_whatisanimage.pdf).

### References

1. *Benyamin. V.* Proizvedenie iskusstva v epohu ego tehnikosoy vosproizvodimosti / [Elektronniy resurs] / V. Benyamin. – Режим доступа: [http://forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka\\_Benjamin.htm](http://forlit.philol.msu.ru/Pages/Biblioteka_Benjamin.htm)
2. *Berek O.* Chitat ili smotret? Video v trende: YouTube, Instagram i Facebook [Elektronniy resurs] / O. Berek. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/264/145448/>
3. *Virilo P.* Mashina zreniya / P. Virilo. – М. : Nauka, 2004. – 144 с.
4. *Debor G.* Obschestvo spektaklya / G. Debor. – М. : Logos, 184 с.
5. *Dzheymison F.* Rerezentatsiya globalizatsii [Elektronniy resurs] / F. Dzheymison. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2010/04/05/jameson/>
6. *Zontag S.* Kogda myi smotrim na bol drugih [Elektronniy resurs] / S. Zontag. – Режим доступа : <http://seance.ru/n/32/shockumentary/kogda-myismotrim-nabol-drugih/>
7. *Zontag S.* O fotografi / S. Zontag. – М. : Ad Marginem, 2012. – 272 с.
8. *Kryishtaleva M.* Vizualniy opyt cheloveka v sovremennoy kulture [Elektronniy resurs] / M. Kryishtaleva. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>.
9. *Larionova N.* Gipertekst kak model sovremennoy kultury [Elektronniy resurs] / N. Larionova. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/gipertekst-kak-model-sovremennoi-kultury>
10. *Mak-Lyuen M.* Galaktika Gutenberga: stanovlennya lyudini drukovanoYi knigi / M. Mak-Lyuen. – Kiev : Nika-Tsentr, 2001. – 392 с.
11. *Martslychuk Yu.* Protsesi vzuallzatsiYi v kulturI nezaleznoYi UkraYini – dis... kand. Kulturolog IYi / Yu. Martslychuk. – HarkIv, 2016. – 187 с.
12. *Poluehtova I.* Shtrihi k portretu // Iskusstvo kino. 1997. # 1.
13. *Salnikova E.* Fenomen vizualnosti I evolyutsiya vizualnoy kultury [Elektronniy resurs] / E. Salnikova. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/fenomen-vizualnosti-i-evolyutsiya-vizualnoi-kultury/>
14. *Usmanova A.* Vizualniye issledovaniya kak issledovatel'skaya paradigma [Elektronniy resurs] / A. Usmanova. – Режим доступа : <http://viscult.ehu.lt/article.php?id=108>.
15. *Shtompka P.* Vizualnaya sotsiologiya. Fotografiya kak metod issledovaniya / P. Shtompka. – М. : Logos, 2007. – 168 с.
16. *Elkins Dzh.* Issleduya vizualniy mir / Dzh. Elkins. – Vilnyus : Evropeyskiy gumanitarniy un-t, 2010. – 534 с.
17. *Mitchell W. J. T.* What Is an Image? [Elektronniy resurs] / W. J. T. Mitchell. – Режим доступа: / [http://users.clas.ufl.edu/sdobrin/WJTMitchell\\_whatisanimage.pdf](http://users.clas.ufl.edu/sdobrin/WJTMitchell_whatisanimage.pdf).

### VISUAL PROCESSES IN CONTEMPORARY CULTURE: PROBLEMS AND CHALLENGES

Voronik Dmytriy, Postgraduate Student,  
Mariupol State University, Mariupol

The aim of the article is to study the visual processes in contemporary culture. The biggest importance in this research is the problems and challenges created by modern visual culture. The nowadays culture has been characterized by visual superiority over verbal one. The extension of visual images which are getting much more sense than ever in communication, demonstrates us the change of the verbal paradigm into the visual one. Visual images become the main symbols through which not only information is transmitted, but modern value orientations are formed. Therefore, these processes require reflection, because they change not only the forms of communication, but also the culture itself and public consciousness. For the first time, the problems related to the «hybrid» war of Russian propaganda against Ukraine in the context of common visualization processes in contemporary culture are analyzed.

**Key words:** visualization, contemporary culture, the image, «hybrid war».

UDC 008:130.2

### VISUAL PROCESSES IN CONTEMPORARY CULTURE: PROBLEMS AND CHALLENGES

Voronik Dmytriy, Postgraduate Student,  
Mariupol State University, Mariupol

*The aim of the article* is to study the visual processes in contemporary culture. The biggest importance in this research is the problems and challenges created by modern visual culture. The nowadays culture has been characterized by visual superiority over verbal one. The extension of visual images which are getting much more sense than ever in communication, demonstrates us the change of the verbal paradigm into the visual one. Cinematography, advertisement means, You Tube video are forming the society being more grown up on visual and not on textual information. Visual images become the main symbols through which not only information is transmitted, but modern value orientations are

formed. Therefore, these processes require reflection, because they change not only the forms of communication, but also the culture itself and public consciousness.

**Research methodology** is the use of semiotics analysis, discourse and structural functional methods of research.

**Results.** It has been found that the modern culture can be characterized by dominating of a visual factor. The visualization of culture has its pros and cons. There are too many details with cruelty, violence and wars inside presentations, that is why it makes people get used to this information and it causes the decrease of empathetic feelings and compassion. The only way how to fight with information crisis is the amplification of a visualization role. The determinative features of visualization such as universalism, evidence, accessibility, lucidity and simplicity are leveling those challenges of informational culture connected to its fastness of transmission, perception and learning of informational streams. The issue of remembrance during the ascendancy of visualization is still also ambiguous. Today the verb «to remember» means not to remind ourselves about the history but to call for the image in our minds. During the «hybrid» war which is ruled by Russian propaganda against Ukraine, the visual images have its central importance. The «hybrid war» has made actual the problem of simplicity which is specific for the visual image.

**Novelty.** The originality of the research consists of the fact that for the first time the problems connected with «hybrid» war of Russian propaganda against Ukraine due to the context of general visualization processes in modern culture have been analyzed.

**The practical significance.** Ukrainian cultural experts, journalists and visual product producers may find the information contained in this article useful for the creation of a new visual product.

**Key words:** visualization, contemporary culture, the image, «hybrid war».

Надійшла до редакції 12.11.2017 р.

УДК 003.6.079:008]:75/76:004,7

## ПАРАДИГМА ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИСТОЯННЯ: ВПЛИВ НОВИХ МЕДІА НА ГРАФІТІ-КОНТЕНТ

*Червонюк Олена Анатоліївна*, провідний редактор, Інститут культурології  
Національної академії мистецтв України, м. Київ  
lentochka0804@gmail.com

Протиборство протестної культури графіті знайшло підтримку в нових медіа. Завдяки використанню такого роду можливостей продукування графіті-досягнень стає реальністю. Покликання нових медіа сьогодні – використати свою невмирущість задля збереження і розповсюдження графіті-мистецтва в контексті культуротворення. Через нові медіа відбувається перехід до нової культурної й соціальної парадигми: технологію й культуру, як взаємопов'язані явища, розглядають разом. Створення графіті-контенту в інтернет-мережі сприяє продукуванню нових виявів у мистецькому середовищі. Найефективнішим є вихід на свій контент через нові медіа як творчий і партнерський інструмент. Ці медіа уможливають індивідуальний і всеохоплюючий доступ реципієнта до інформації, що може призвести до зміни конфігурації культури, суспільства, структури держави й влади, міжлюдських і міжкультурних взаємин.

**Ключові слова:** графіті-мистецтво, графіті-контент, нові медіа, культуротворення, культурна й соціальна парадигма, міжкультурні взаємини.

**Постановка проблеми.** Останнє десятиліття ознаменувалося появою нових медіа: усіх видів розповсюдження інформації мережею Інтернет, а також за допомогою соціальних мереж. Графіті-культурі засобом використання такого виду технологій стало можливим не лише збереження графіті-досягнень, а й продукування на творчий контент із можливістю обміну інформацією. Суть нових медіа в незнищенності, відновлювальності та вірусності. Саме це поєднує протестне графіті-мистецтво з новим виявом у технологіях. Парадигма інформаційного протистояння в сучасних умовах робить позитивний вплив на продукування графіті-культури як мейнстрімного явища, тому потреба в артикуляції певної шкали цінностей цієї субкультури визріла.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Вивченню питання визнання, продукування, збереження графіті-мистецтва присвячені роботи Л. Лернера [6], Н. Михеевої [9], Д. Плешкова [11], С. Паверса [16], які стверджують, що графіті – постіндустріальний неокульт, що поєднує візуальну експресію з не менш гідною вербальною. Доказом того, що це явище дотичне до мистецтва є роботи науковців Р. Барта [1], Ю. Лотмана [7], К. Юнга [13], що досліджують символічні зображення як відображення культурного тла особистості. Огляд впливовості нових медіа на різні сфери життя, насамперед графіті-творчість, запропонований у публікаціях Н. Зражевської [3], С. Коноплицького [4], Д. Мак-Квейла [8], М. Чалої [12]. Ці розвідки доводять, що протистояння суспільним догмам, закостенілій клерикальності в сучасних проявах можливе у взаємодії різноманітних контентів із