

УДК 101:37.03 [005]

DOI <https://doi.org/10.32782/hst-2024-20-97-12>

ТРАНСВЕРСАЛЬНІСТЬ НЕВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У МЕДІАПРОСТОРИ: ЗА ЛАШТУНКАМИ «МИСТЕЦТВА ЖИТИ» СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

НАТАЛІЯ, РАДІОНОВА¹

Анотація

У статті здійснена антропологічно орієнтована рефлексія модусів медіа реальності, які засвідчують незворотність соціокультурних трансформацій сучасного суспільства та незворотність змін людської природи у цифрову еру. Основний акцент зроблено на дослідженні ролі невербальної комунікації та візуальних образів у життєвому просторі і практиках самореалізації людини у форматі media-sapiens. Обґрунтовано методологічну доцільність звернення до концепцій трансверсального розуму та етики аргументативного дискурсу для опису множинності візуальних форм невербальної комунікації, завдяки яким остання, демонструючи варіативність способів кодування і декодування інформації, зберігає цілісність смислів у переходах між системами. Зображення як візуальна комунікація медіа простору визначає спосіб сприйняття інформації людиною, яка стає більш пристосованою до сприйняття візуальної інформації, культурні техніки письма і читання поступово заміщуються технічним вмінням користуватися інтернетом. Це викликає занепокоєння у вмінні здійснювати нею селекцію інформації та самостійно породжувати смисли. Основну увагу приділено аналізу стабілізаційних і дестабілізаційних аспектів невербальної комунікації у життєвому просторі людини. Здійснено опис множинності форм самоздійснення невербальної комунікації та варіативності способів кодування і декодування інформації, які пропонує культура зображення. Доведено, що яскраві дизайни, інфографіка, прихована реклама, інструменти аудіовізуального мистецтва та нейроестетики тощо, здатні переінтерпретувати вербальні смисли у повідомленнях, змінюючи або викривлюючи контекстуальність комунікації. З'ясовано, що найсуттєвішою характеристикою невербальної комунікації є її трансверсальність. Візуальні елементи не є комунікативно нейтральними, хоча основною їх метою є забезпечення комфортного сприйняття інформації, вони здатні транслювати як життєтворчі так і руйнівні сенси у простір людського буття, ефективно змінювати спосіб сприйняття інформації та здійснювати маніпуляції свідомістю людини. Визначення особливостей комунікації у цифровому суспільстві, яке переважно орієнтується на культуру зображення, дозволить висунути комунікативні та етичні умови взаємодії людини-творця і людини-споживача інформації у сучасному медійному просторі. У статті доведено, що антропологічна інтерпретація соціальних, культурних, комунікативних смислів невербальної аргументації дозволить мінімізувати ризики життєтворчості.

Ключові слова: людина, медіа, комунікація, невербальна комунікація, життєтворчість, трансверсальність, візуальний наратив, цифровий простір, інформаційне суспільство.

Постановка проблеми.

У сучасному цифровому суспільстві дуже складно уявити людину, яка перебуває за межами медіа простору. Адже, медіа є невід'ємною частиною всіх сфер людського життя, вони впливають на свідомість людини, визначають спосіб та специфіку сприйняття нею світу. Оскільки факт залучення сучасної людини до медіа практик, є очевидним, то можна вести мову лише про ступінь її активності/пасивності як творця та споживача медіа продукту у гіпотетичних та фактичних життєвих просторах. Безперечно, ця проблема є актуальною і потребує філософсько-антропологічного осмислення. Проте існує велика кількість модусів медіа реальності, які засвідчують незворотність

соціокультурних трансформацій інформаційного суспільства, а також незворотність змін людської природи у постіндустріальну добу. Мова йде не тільки про суперечності концептуалізації становища людини у цифровізованому світі та формування нового типу людини – людина-гаджет, але в першу чергу, про роль медіафілософії у моделях життєтворчості сучасної людини, а також про трансформації медійної комунікації та множинності її смислів у сучасних соціокультурних контекстах.

Оскільки у сучасному суспільстві майже всі «події» відбуваються у медіа просторі або через безпосереднє залучення медійних технологій та медійної складової, то створюється ілюзія медіа, як унікального самостійного світу, який не тільки впливає на оптику людини, але й задає нормативність у сприйнятті нею соціальних, політичних, культурних процесів, що впливає на організацію її життєвого простору, з визначенням

Corresponding author:

¹ Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди (Харків, Україна)
E-mail: radionova_natali@i.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7624-5539>

пріоритетності медіа у практиках життєтворчості та самореалізації у форматі *media-sapiens*. Однак, не варто залишати поза увагою, що єдиним механізмом і рушійною силою життєтворчості людини є ті смисли якими людина наповнює своє життя. Конструювання смислової структури життєтворчості людини завжди має індивідуальний вектор, але основу цієї структури формують культурно-антропологічні, соціально-антропологічні та екзистенційні смисли, які або сприяють розширенню горизонтів самореалізації людини в межах власної концепції філософії життя, або створюють пастки нерозуміння сенсу власної життєвої стратегії, ускладнюючи її хибними, уявними смислами. Антропологічна інтерпретація соціальних, культурних і комунікативних смислів, що надходять зі світу медіа, дозволить мінімізувати ризики життєтворчості.

Розгляд даної проблематики у зазначеному ракурсі передбачає звернення до теоретичних розробок присвячених дослідженню сучасних медіа, інформаційного простору, медіафілософії – Ж. Бодрієра, К. Вілбера, М. Маклуена, П. Слотердайка; Г. Почепцова та ін.; визначення специфіки дигітальної культури та цифрового суспільства у працях В. Воронкової, О. Висоцької, О. Кивлюк, М. Култаєвої та ін.; сучасного дискурсу життєтворчості та мистецтва жити, започаткованого у працях П. Адо, Ю. Гордера, Л. Сохань, І. Степаненко, Н. Хамітова. Особливе значення мають теоретичні розвідки з проблем філософської комунікації, комунікативної філософії та невербальної комунікації, здійснені у працях К.-О. Апеля, А. Єрмоленка, Л. Ситніченко, Т. Осіпової та ін.

Саме тому, **метою статті** є дослідження евристичного потенціалу невербальної комунікації, трансверсальності невербальної аргументації у сучасному медіапросторі, а також ролі мас-медіа у структуруванні життєвого простору сучасної людини, зокрема, визначення взаємозалежності та суперечності формування нових умов існування людини в цифровому суспільстві, в якому візуальна інформація відіграє провідну роль.

Виклад основного матеріалу.

Сучасний медіа простір продукує нові блага та відкриває великі можливості для самореалізації людини, але водночас множить ризики і створює рамкові умови для самоздійснення на межі самовипробування. Якщо замислитися над тим, як живеться людині у цифрову епоху, то перше, що приходить на думку оптимістичне гасло – «нині

світ у наших руках» (Гордер Ю., 2023). Проте, є цілком очевидні причини стверджувати, що інфопростір є токсичним (Г. Почепцов), проповідники технології конструюють штучний клімат епохи постправди (К. Вілбер), а цифровий контент посилює перспективи нового різновиду відчуження людини. Зокрема, сенсорні властивості людини зазнають певних змін під впливом становлення дегітальної культури. Людина стає більш пристосованою до сприйняття візуальної інформації, культурні техніки письма і читання поступово заміщуються технічним вмінням користуватися інтернетом. У цьому модусі змінюються практики життєтворчості та саморозвитку сучасної людини. Створюється ілюзія, що людина тримає весь світ в своїх руках, керуючись принципом – хто володіє інформацією, той володіє всім.

Парадоксальність такої життєвої стратегії в тому, що віртуальний світ вимагає від людини постійної присутності у соціальних мережах та самоздійснення у чисельних онлайн-профілях, які зазвичай дуже відрізняються від її справжнього «Я», яке розчиняється у різноманітних онлайн-спільнотах, фрагментується у цифрових просторах. Відчуження людини від реального життя, власного досвіду та способу сприйняття дійсності призводить до втрати здатності до рефлексії і критичного мислення, що робить її вразливою і нерозбірливою у споживанні медіа продукту. Медійні образи, медіа створюють альтернативну реальність, транслуючи стандарти успішного життя у повсякденний простір людського буття, здійснюючи інформаційний тиск через рекламу, агресивний маркетинг та привабливі дизайни на психоемоційний стан людини засобами як вербальної, так і невербальної комунікації.

Невербальна комунікація, через антропологічні (мова тіла) та культурні і культурно визнані жести здатна посилювати аргументацію або зводити нанівець аргументованість словесних конструктів у комунікативних актах, демонструючи автономність невербальної аргументації. Останнім часом така автономність значно посилюється через культуру зображення, яка в свою чергу здійснює активні наступи на культуру літері. Ефективність візуального нарративу у транслюванні культурних і соціальних кодів за потужністю впливу на громадянську думку є самоочевидною: по-перше, невербальна комунікація для продукування смислів має потужний інструментарій у площині сучасної медіа культури; по-друге, не менш важливим аргументом є наявність

великої частки безплатного контенту та його демонетизація. «Щойно музику, текст і картинку оцифрували й виклали в інтернет – двері для пересилання файлів від людини до людини та інших форм піратства відчинено», слушно зазначив В. Дерезевіц у своїй книзі «Смерть митця» (Дерезевіц В., 2021, с. 55). Це дійсно стало одним із головних викликів нашого століття, наслідки якого для культури неможна недооцінювати. Але мова не про ризики, з якими стикаються митці, навіть, не про поступовий занепад індустрії культури та можливість іншої паралельної перспективи, де «масові комунікації сприяють виникненню великої кількості платформ як «фабрики послуг» (Воронкова В, 2022, с. 210). Занепокоєння викликає уразливість медіапростору, принципова нездатність стримувати натиск дезінформаційних кампаній. Загальновідомо, що фейки дуже складно відрізнити від правди, крім того, вони мають властивість швидко помножуватися та укорінюватися у свідомості людей як культурні стереотипи, які в свою чергу ведуть до культурних патологій. Під культурними патологіями традиційно розуміють різноманітні деформації, які відбуваються у соціумах, вони можуть бути як конструктивними, так і деструктивними. Як приклад, до великих культурних патологій можна віднести «зелений» психоз, який торкається процесів деурбалізації, в яких людина концентрує свою увагу на незначних проблемах (сонячні батареї, користь від використання мізерна порівняно зі шкідливістю утилізації). У певному сенсі масову культуру теж можна віднести до культурних патологій. Масова культура є простором для бездумного споживання, в результаті чого людина потрапляє в полон зображення: фотографій, ілюстрацій, картинок, тобто в потік всякого фіксування (інстаграм). Мас-медіа всіляко підтримують і живлять потік фіксування, виступаючи в «ролі машини для консервації наявного образу світу та мобілізації людини для життя в ньому» (Бистрицький Є, 2020, с. 301). Зосередження людини на потоці постійного фіксування моменту, навіть без його проживання, не сприяє саморозвитку, проте – створює ілюзію бажаного у світі дійсного. Людину яка живе у світі ілюзії цифрового суспільства, М. Култаєва пропонує розглядати як новий пасивний образ людини, репрезентований як *homo digitalis*, відносячи його появу до патологій сучасного суспільства. Безсумнівно, контури такої людини не важно впізнати в кожному з нас, але на перекон-

ливу думку М. Култаєвої: «Тривіальність буття *homo digitalis* знаходить прояв у його серійній саморепрезентації в мережах (передусім на таких платформах, як фейсбук, твіттер, інстаграм), де самопізнання зводиться до пізнання власного селфі» (Култаєва М., 2020, с. 19). Така людина у власних життєвих стратегіях та у висуванні різноманітних прогнозів спирається на «думки» з Інтернету, а не на розум, несвідомо сприяючи легітимації недостовірної інформації та хибної позиції у власному життєвому просторі, що саме по собі вже й є патологією.

Навіть погоджуючись з думкою Г. Почепцова, який вважає, що епоха постправди зробила фейки не настільки страшними, якщо вони не стосуються здоров'я людини та не дестабілізують суспільство, як то вкидання російських наративів в українські медіа (Почепцов Г., 2022, с. 136), варто розуміти хто контролює наратив та з якою метою він «вкидається» в інформаційний простір.

Загальновідомо, що мас-медіа використовуються різними політичними блоками для досягнення впливу на людину. Сучасні медіатехнології дозволяють застосовувати в інформаційному просторі різні методи дезінформації; формувати стереотипність мислення, завідома фрагментують інформацію, намагаючись відволікати увагу людини від більш значимих подій, акцентуючи увагу на штучно резонансних; прагнуть контролювати інформаційні потоки та здійснювати маніпуляції свідомістю, штучно конструюючи образ ворога, моделюючи негативне сприйняття іншого – народів, націй, культур (наглядним є формування образу ворога в мас-медіа рф, а також інформаційна підготовка населення до ведення війни). В інформаційних війнах часто використовуються фейкові меми, які на перший погляд практично не можливо відрізнити від справжніх, бо розпізнавання таких мемів потребує від людини відповідної світоглядної, культурної підготовки та вміння приймати розвиткові рішення.

Оскільки людина повинна вміти критично мислити, бути не тільки розбірливою та вміти відрізнити правдиву інформацію від фейкової, але й бути етичною та відповідальною за наслідки від поширення нею недостовірної інформації, то питання – людина у цифровому просторі, само собою трансформується в етичну площину. Тобто, вимагає від дослідників звернутися до нормативних принципів етики відповідальності К.-О. Апеля, а саме: етики аргументативного дис-

курсу або відповідальності розуму, тобто «визнання асиметрії у відношенні аргументативного дискурсу до всіх інших форм комунікації та життєдіяльності...» (Апель К.-О., 2009 с. 41-42).

Комунікативний простір Інтернету перенасичений недостовірною інформацією, серед якої особливий статус мають візуальні образи, які використовуються як для підсилення вербальних фейкових повідомлень, порад, пліток, та квазісенсаций, так й у якості самостійного контенту. Варто також зазначити, що впливати на свідомість людини, формуючи її споживацькі пріоритети в інформаційному просторі, стає набагато простіше через культуру зображення, в якій так звана допоміжна графіка, може набувати самостійного значення, конкуруючи і навіть домінуючи над вербальним текстом (Іващенко О., 2004, с. 52). Допоміжна графіка має великий функціональний потенціал маніпулятивних технік і тактик, які на перший погляд сприймаються як технічні елементи оформлення основного контенту: схеми, таблиці, графіки, діаграми, ілюстрації тощо. Візуальні елементи, які начебто використовуються з метою забезпечення комфортного сприйняття інформації, можуть ефективно змінювати сприйняття інформації людиною, підсилюючи «потрібні» вербальні і візуальні повідомлення. Це й використання різних шрифтів та яскравих кольорів, інтерактивних елементів, які постійно змінюються, «спливають», «пропадають», візуально переважуючи контент, щоб переключити увагу споживача на іншу фейкову новину або переконати його в достовірності фейку.

В сучасному медіа просторі невербальна комунікація утворює систему, подібну до системи термостатичної печі: підтримує необхідну «температуру» інтерфейсів користувачів, завдяки дотримання балансу персоналізації та адаптивності, через створення емоційного зв'язку, використовуючи візуальні стимули на різноманітні невербальні сигнали, для поширення культурних і соціальних кодів, а також формування відповідних уявлень, пропаганди тощо. Система невербальної комунікації вкладається в інші системи завдяки здатності інтегрувати нові елементи та технології, сприяючи досягненню ефективної міжсистемної комунікації. Можна стверджувати, що невербальна комунікація завдяки інтерактивній і мультимодальній суті та здатності транслювати транснаціональні та інтеркультурні смисли – є своєрідним каркасом для інших систем передачі інформації. Невербальна комунікація

забезпечує універсальність трансляції інформації, пом'якшуючи перехід між системами у цифровому середовищі, створюючи інтерпретаційний люфт в залежності від культурного контексту, дозволяє досягти порозуміння між елементами системи. Простота і функціональність візуальних засобів комунікації робить їх особливо привабливими для застосування в різних галузях, як приклад – інфографіка.

Отже, специфіка і головна сила невербальної комунікації у її трансверсальності. Логіка розуміння явних і неявних переходів і переплетень невербальної комунікації зумовлює звернення до концепцій трансверсального розуму, зокрема в проектах В. Вельша. Як слушно зауважує Л. Горбунова: трансверсальність у розумінні Вельша – це радше форма життя, а не форма рефлексії (Горбунова Л., 2012, с. 104). Невербальна комунікація здійснює кодування і декодування інформації у сучасних медіа, вона одночасно може бути формою рефлексії й інструментом передачі емоцій (емодзі, смайли, емотикони), а може бути самостійною візуальною формою життя (зображення, ілюстрації, меми). «Усюди, від предметів повсякденної естетики до творів високого мистецтва», – пише В. Вельш, – «є характерним перетинання кодів, яке не викликає змішування їх. Змішування зробило б усе індиферентним. Перетинання ж, навпаки, утримує код вертикально, поєднує їх у формі, яка водночас є ясною і бентежливою» (Вельш В., 2004, с. 307). Завдяки множинності форм самоздійснення невербальна комунікація відтворює цілісність смислів у переходах між системами, демонструючи варіативність способів кодування і декодування інформації. Задля ствердження своєї множинності невербальна комунікація використовує технології та інструменти аудіовізуального мистецтва та нейроестетики. Як вже було зазначено вище, допоміжна графіка навіть через такі, на перший погляд банальні візуальні стимули як лінійка, крапка, горизонтальні та вертикальні лінії спричинює повторну активацію нейронів мозку людини, моделює спосіб сприйняття. Так, використання у дизайнах медіапростору національних кольорів та національної символіки, можна розглядати як пасивну форму національно-патріотичного виховання. У такий латентний спосіб невербальна комунікація, здійснюючи емоційно-психологічний та когнітивний вплив, сприяє активації національних смислів у життєтворчості людини. Саме тому, популяризація та культива-

ція у мас-медіа автентичності буття української людини є профілактикою вразливості та відкритості до недостовірної інформації, формування адекватної реакції на фейки та маніпулятивні комунікативні практики.

Висновки.

Таким чином, роль медіа у життєвому світі людини має амбівалентне значення: з однієї сторони, її життєтворчість та самореалізація в умовах інформаційного суспільства принципово не можлива поза межами медійного простору, а з іншого – людина повинна відчувати себе компетентною на просторах Інтернету, вміти використовувати у професійному і дозвілєвому середовищі медіатехнології, створювати бар'єри від агресивної реклами та нав'язливих дизайнів і стилів життя, та навчи-

тися здійснювати селекцію як вербальної так і невербальної, інформації. Усе це стосується не тільки медіа, а й всієї публічної сфери, тривожним відлунням якої є недобросовісні тенденції політтехнологів, які експлуатують медійний простір та медіа-дизайнерів для моделювання хибної реальності та викривлення справжніх життєвих смислів. У сучасному медіапросторі активно використовується стабілізуючий /дестабілізуючий потенціал невербальної комунікації – символи, знаки, колір та ін., котрі мають відповідне значення в архаїчних пластах культури, в підвалинах історичної пам'яті та за лаштунками життєвого світу того чи іншого соціуму, народу, нації, за допомогою яких визначаються структурна єдність життєвого світу індивідів та соціумів.

Список використаних джерел

- Адо П. Філософія як спосіб життя / Пер. з фран. О. Йосипенко. Київ : Новий Акрополь. 2020. 312 с.
- Апель К.-О. Дискурс і відповідальність: проблема переходу до постконвенціональної моралі / Пер. з нім. В. Купріна. Київ : Дух і Літера. 2009. 430 с.
- Бистрицький Є., Зимовець Р., Пролєєв С. Комунікація і культура в глобальному світі. Київ : Дух і Літера. 2020. 416 с.
- Вельш В. Наш постмодерний модерн. Пер. з нім. А.Л. Богачова, М.Д. Култаєвої, Л.А. Ситніченко. Київ: Альтерпрес, 2004. 328 с.
- Воронкова В., Нікітенко В. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика; монографія. Львів-Торунь : Liha-Pres. 2022. 460 с.
- Вілбер К. Трамп і епоха постправди / Пер. з англ. М. Климчука. Львів : Видавництво Terra Incognika. 2019. 136 с.
- Горбунова Л. Мислення у світі плюральності: проект трансверсального розуму В. Вельша. *Філософія освіти*. 2012. № 1–2. С. 92–110.
- Гордер Ю. Нині світ у наших руках / Пер. з норв. М. Никончук. Львів : Літопис, 2023. 120 с.
- Дерезевіц В. Смерть митця: Як творчі люди виживають у часи мільярдів і технологічних гігантів / Пер. з англ. А. Дудченко. Київ : Yakaboo Publishing, 2021. 368 с.
- Іващенко О. В. Синтез зображення і тексту у журналі. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтва*. 2004. № 3. С. 50–55.
- Култаєва М. Д. Homo digitalis, дигітальна культура і дигітальна освіта: філософсько-антропологічні і філософсько-освітні розвідки. *Філософія освіти*. 2020. № 1 (26). С. 8–36.
- Почепцов Г. Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дій. Харків : Віват. 2022. 384 с.

References

- Ado, P. (2020). *Filosofia yak sposib zhyttia* / trans. from French by O. Yosypenko. Kyiv: Novyi Akropol. 312 p.
- Apel', K.-O. (2009). *Dyskurs i vidpovidal'nist': problema perekhodu do postkonventsional'noi morali* / trans. from German by V. Kuprin. Kyiv: Dukh i Litera. 430 p.
- Bystryts'kyi, Ye., Zymovets', R., Proleiev, S. (2020). *Komunikatsiia i kul'tura v hlobal'nomu sviti*. Kyiv: Dukh i Litera. 416 p.
- Vel'sh, V. (2004). *Nash postmodernyy modern* / per. z nim. A. L. Bohachova, M. D. Kultayevoyi, L. A. Sytnichenko. Kyiv : Al'terpres. 328 s.
- Voronkova, V., Nikitenko, V. (2022). *Filosofia tsyfrovoi liudyny i tsyfrovoho suspil'stva: teoriia i praktyka; monograph*. Lviv-Torun: Liha-Pres. 460 p.
- Wilber, K. (2019). *Trump i epokha postpravdy* / trans. from English by M. Klymchuk. Lviv: Vydavnytstvo Terra Incognika. 136 p.
- Horbunova, L. (2012). *Myslennia u sviti pliaral'nosti: proiekt transversal'noho rozumu V. Velsia*. *Filosofia osvity*. No 1–2. 92–110.

- Gaarder, J. (2023). *Nyni svit u nashykh rukakh* / trans. from Norwegian by M. Nykonchuk. Lviv: Litopys. 120 p.
- Deresevits', W. (2021). *Smert' myttsia: Yak tvorchi liudy vyzhyvaiut' u chasy miliarderiv i tekhnolohichnykh hihantiv* / trans. from English by A. Dudchenko. Kyiv: Yakaboo Publishing. 368 p.
- Ivashchenko, O. V. (2004). Syntez zobrazhennia i tekstu u zhurnali. *Visnyk Kharkivs'koi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*. No 3. 50–55.
- Kultaieva, M. D. (2020). Homo digitalis, dyhital'na kul'tura i dyhital'na osvita: filosofs'ko-antropolohichni i filosofs'ko-osvitni rozvidky. *Filosofia osvity*. No 1 (26). 8–36.
- Pocheptsov, H. H. (2022). Toksichniy infoprostir. Yak zberehty yasnist' myslennia i svobodu dii. Kharkiv: Vivat. 384 p.

NATALIYA, RADIONOVA – Doctor of Philosophical Sciences,
 Professor of H.S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University (Kharkiv, Ukraine)
 E-mail: radionova_natali@i.ua
 ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7624-5539>

**TRANSVERSALITY OF NONVERBAL COMMUNICATION IN THE MEDIA SPACE:
 BEHIND THE SCENES OF THE "ART OF LIVING" OF MODERN HUMANITY IN THE ERA
 OF GLOBALIZATION: THE PROBLEM OF OPEN AND CLOSED BORDERS**

Abstract

The article presents an anthropologically oriented reflection on the modes of media reality, which demonstrate the irreversibility of sociocultural transformations in contemporary society and the irreversible changes in human nature in the digital age. The main focus is on examining the role of nonverbal communication and visual imagery in the life space and self-realization practices of individuals in the format of media sapiens. The methodological relevance of addressing the concepts of transversal reason and the ethics of argumentative discourse is substantiated to describe the multiplicity of visual forms of nonverbal communication, through which the latter, demonstrating the variability of encoding and decoding information methods, maintains the integrity of meanings in transitions between systems. Visual imagery as visual communication in the media space defines the way people perceive information, who have become more adapted to processing visual data, with cultural techniques of writing and reading gradually being replaced by technical skills of using the internet. This raises concerns about individuals' ability to select information and independently generate meanings. The article emphasizes the analysis of stabilizing and destabilizing aspects of nonverbal communication in the human life space. A description is provided of the multiplicity of forms of nonverbal communication self-realization and the variability in encoding and decoding methods offered by visual culture. It is shown that striking designs, infographics, subliminal advertising, tools of audiovisual art, neuro-aesthetics, and others can reinterpret verbal meanings in messages, altering or enhancing the contextuality of communication. It is revealed that the most significant characteristic of nonverbal communication is its transversality. Visual elements are not communicatively neutral; although their primary purpose is to ensure comfortable perception of information, they can transmit both life-affirming and destructive meanings into the human existential space, effectively altering the way information is perceived and manipulating human consciousness. Identifying the features of communication in a digital society, which primarily relies on visual culture, allows for the proposition of communicative and ethical conditions for the interaction between the human creator and the human consumer of information in the contemporary media space. The article proves that an anthropological interpretation of the social, cultural, and communicative meanings of nonverbal argumentation can minimize the risks associated with life-creation.

Key words: human, media, communication, nonverbal communication, life-creation, transversality, visual narrative, digital space, information society.

© The Authors(s) 2024
 This is an open access article under
 The Creative Commons CC BY license

Received date 15.06.2024
 Accepted date 25.06.2024
 Published date 15.07.2024

How to cite: Наталія, Радіонова. Трансверсальність невербальної комунікації у медіапросторі: за лаштунками «мистецтва жити» сучасної людини. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers* / Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house "Helvetica", 2024. 20 (97). P. 109–114.
 doi: <https://doi.org/10.32782/hst-2024-20-97-12>