

УДК 130.2: 316.77

DOI <https://doi.org/10.32782/hst-2025-22-99-06>

МЕДІЙНИЙ ПРОЄКТ «ЗЕМЛЯ БЕЗ КОРДОНІВ» ЯК ВИКЛИК КУЛЬТУРНИЙ І СОЦІАЛЬНИЙ ІДЕНТИЧНОСТІ

СВІТЛАНА, КОРНІЄНКО¹
ВАСИЛЬ, ДАВИДЯК²

Анотація

У статті розглянуто медійний проєкт «Земля без кордонів» як феномен інформаційної цивілізації, що окреслює суперечності, пов'язані трансформацією соціальної та культурної ідентичності сучасної людини. Це пов'язано із зростаючою віртуалізацією життєвого світу, коли медіа не лише репрезентують реальність, а й активно її формують, створюючи нові умови для людського буття. Підкреслюється, що медіареальність набуває тотального характеру, поступово витісняючи поняття кордонів – не лише географічних, а й концептуальних, когнітивних та соціокультурних. Віртуалізація світу супроводжується формуванням нового образу Землі як «подвійної Землі». Наголошується на ризиках, які виникають у результаті цього процесу: від фрагментації соціального досвіду до втрати людиною здатності до рефлексії та критичного мислення. **Метою** статті є аналіз викликів соціальної та культурної ідентичності людини в контексті медійного проєкту «Земля без кордонів». **Методологія дослідження:** метод теоретичного аналізу, що дозволив розглянути феномен медійного проєкту «Земля без кордонів» та здійснити інтерпретацію його впливу на соціокультурні процеси; метод онтологічного аналізу, з метою дослідження змін у структурі буття людини під впливом цифрових медіа та формуванням медійного простору; системний підхід, що дозволив виявити взаємозв'язок між становленням медіареальності, деконструкцією просторових та соціальних кордонів і трансформацією людського досвіду. Представлені у статті узагальнення дозволили дійти **висновку:** медійний «проєкт Земля без кордонів» зумовлює нові концептуальні виклики традиційним моделям репрезентації соціальної та культурної ідентичності. Це пов'язано із розмивання соціальної структури, цінностей, норм, символів, які відповідали за формування соціокультурної ідентичності людини. Усе стає прозорим, відкритим для інтерпретації, що має потужний вплив як на перетворення соціальних інституцій, так і на становлення нової людини – медіалюдини. Визнання всеосяжності медіареальності відкриває нові перспективи для осмислення онтологічно-екзистенційних викликів існуванню людства, серед яких чільне місце займає проблема збереження соціальної та культурної ідентичності людини.

Ключові слова: Земля без кордонів, медіареальність, медіапростір, людина, медіалюдина, соціальна ідентичність, культурна ідентичність.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Філософські рефлексії ХХ століття засвідчили кардинальні зміни в способах людського існування та пізнання, які супроводжувалися трансформацією соціокультурних практик. Епістеміологічні повороти (онтологічний, герменевтичний, лінгвістичний, комунікативний, просторовий) не лише визначили ключові напрями філософської думки, а й зумовили методологічні зрушення, що призвели до поліпарадигмальності сучасного філософського дискурсу. Одним із викликів для філософії ХХ століття став медійний поворот (*media turn*), який спричинив нові інтелектуальні пошуки. Відбулося конституювання нової

матриці обґрунтування багатовимірності системи «людина – суспільство – медіа», де такі фундаментальні поняття, як «буття», «природа», «людина», «суспільство», «влада», «свобода», «символ», «простір» тощо, перебувають у стані реконцептуалізації. А. Бадью в передмові до нарису К. Меясу «Після скінченності. Нарис про необхідність контингентності» наголошує на важливості посилення фундаментальної філософії, долаючи абсолютизацію таких понять, як «догматизм», «скептицизм» і «критика». На його думку, це може свідчити про новий етап розвитку сучасної філософії шляхом «переробки ... засадничої проблеми («що я можу знати?») у напрямку двох інших проблем: “що я маю робити?” й “на що я маю сподіватися?”» (Бадью, 2024, с. 11). Ці питання, сформульовані І. Кантом, набувають засадничого значення в контексті медійного повороту.

Свого часу Л. Вітгенштайн проголосив «вимовність» світу (Вітгенштайн, 1995), зосередивши увагу на дискурсі, який тепер зумовлюють

¹ Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди (Харків, Україна)
E-mail s.pylypenko@hnpu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3838-7805>

² Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди (Харків, Україна)
E-mail mega.vs@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-2839-0637>

медіаобрази, медіазлепки і медіаконструкції, а ця реконцептуалізація понять відбувається в контексті логіки медійної реальності. Грунтовні експлікації ключових понять медійного повороту містяться у працях Ж. Бодріяра, М. Кастельса, В. Дж. Керрі, М. Маклюен, Л. Мановича, Д. Рашкоффа, С. Х'ярварда, В. Шульца, та інших, де медіа постають феноменом, що створює нові онтологічні виклики; наголошується на власній логіці медіа (Döveling K., Sommer D., Robinson K. & Suter, 2024) Останні розуміються як чинники формування соціокультурної конфігурації сучасності, у межах якої принцип мережі є засадничим. Це зумовлює формування «медіатизованого» суспільства, яке дедалі більше залежить від функціонування й розвитку медіа. «Медіа – це не просто технології, які організації, партії чи окремі особи можуть обирати для використання або не використовувати за власним бажанням. Значна частина впливу медіа пояснюється тим, що вони стали невід'ємною частиною функціонування інших інституцій, водночас досягнувши певного рівня автономії та авторитету, що змушує ці інституції – більшою чи меншою мірою – підкорятися їхній логіці» (Hjarvard, 2008, p. 106). «Медіативне суспільство» як новий конструкт застосовується для дослідження сучасних трансформаційних змін, доповнюючи вже наявні («суспільство знання», «інформаційне суспільство», «технологічне суспільство», «мережеве суспільство» тощо), що свідчить про прагнення дослідників осмислити онтологічні зрушення, які переживає сучасна спільнота.

Сучасні медіа засвідчують технологічний прорив, який окреслює нові виклики життєвому світові людини, що дедалі більше репрезентує зміни онтологічно-екзистенційних засад існування людини і може остаточно зруйнувати зв'язок людини і Землі шляхом модифікації як самої людини, так і природи. Простір Землі поступово набуває вигляду медіаконфігурації, де стираються природні межі та усуваються геополітичні кордони. Так, В. Кебуладзе висуває низку провокативних питань: «Кордони на мапах – то межі чи границі? Чи можна їх перетинати і за яких умов? Звідки вони? Ми самі встановлюємо їх чи вони дані нам ззовні, чи то від Бога, чи то від природи? <> Може, наша планета не потребує наших кордонів? Може, наша планета не потребує нас?» (Кебуладзе). Відповіді на ці питання змушують замислитися над суперечливістю та невизначеністю буття людини у контексті медійного проекту

«Земля без кордонів». Одним із модусів визначення цієї парадоксальності є трансформація соціокультурних практик спільноти, що супроводжується зміною соціальної та культурної ідентичності людини.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття

Метою статті є аналіз викликів соціальної та культурної ідентичності людини в контексті медійного проекту «Земля без кордонів» у площині медіареальності. Це вимагає вирішення наступних дослідницьких **завдань**: по-перше, обґрунтувати вплив медіа на онтологічно-екзистенційні засади існування людини; по-друге, дослідити деконструкцію фігури людини, що зумовлює зміни її соціальної та культурної ідентичності; по-третє, визначити ризики, пов'язані із формуванням нової медіаідентичності.

У ході дослідження було використано метод теоретичного аналізу, що дозволив розглянути феномен медійного проекту «Земля без кордонів» та здійснити інтерпретацію його впливу на соціокультурні процеси; метод онтологічного аналізу, з метою дослідження змін у структурі буття людини під впливом цифрових медіа та формування медійного простору; системний підхід, що дозволив виявити взаємозв'язок між становленням медіареальності, деконструкцією просторових та соціальних кордонів і трансформацією людського досвіду.

Виклад основного матеріалу з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Приголомшливий інноваційний розвиток медіа став однією з ключових ознак ХХ століття. Система «природа – людина – суспільство» поступово трансформується у «людина – суспільство – медіа», де бінарна опозиція «закритість – відкритість» модифікується у межах нової системи, що усуває традиційне розмежування соціальних груп та спільнот. Поняття «конфігурація» (або «конфігуративний акт»), на підставі якого П. Рікер у своїй праці «Час і розповідь» (Ricoeur, 1985) аналізував взаємозв'язок узгоджених і неузгоджених елементів в мистецтві нарративу, постає засадничим для дослідження сучасних медіапроцесів. Головним критерієм виступає нелінійність, що химерно поєднує час, простір, цінності, символи, смисли, практики, образи, знаки тощо, формуючи своєрідний «безкінечний пазл» медіареальності. Остання трансформує сталі, застигли образи і форми, патерни та архетипи, що відкриває нові

обрїї для реалізації людських бажань, але водночас породжує загрози, пов'язані з розмиванням соціальної ідентичності, культурних орієнтирів та самоідентичності. Медіа проникають у соціальну структуру буття, створюючи абсолютно новий вимір – медіапростір.

Одним із «знакових» понять для визначення сучасної ситуації є ідея М. Маклюена про «розширення» людини («*extensions of ourselves*»). «Упродовж механічних століть ми розширювали свої тіла в просторі. Сьогодні, після більш ніж століття електричних технологій, ми розширили саму нашу центральну нервову систему у глобальному охопленні, скасувавши і простір, і час, наскільки це стосується нашої планети» (McLuhan). Для М. Маклюена медіа – це продовження самої людини, адже вони усувають відстань між людиною та її чуттєвим досвідом. Відтепер людина інтегрована у світ через медіатехнології; інакше кажучи, людина втрачає дистанцію і заглиблюється не в природний, а в медійний світ. Інновації в будь-якій сфері медіа змінюють структуру хронотопа, відповідно історія людства – це історія вдосконалення медіа як способів передачі інформації. Інакше кажучи, усі аспекти життєдіяльності людини і спільноти зумовлені розвитком та функціонуванням відповідних типів медіа.

Протягом історії людства медіа здійснювали значний вплив на формування образів Землі. Ці образи втілено як давніми мапами й глобусами, так і сучасними цифровими моделями, їх містять твори мистецтва та літератури, вони розширені й посилені кіно- та відеозйомкою, світлинами і цифровими симуляціями на кшталт VR-моделі Землі та проєктами штучного інтелекту. Зауважимо, що Земля зображена в письмовій культурі – це протяжна Земля, яка має глибинний сенс, що проривається на поверхню за допомогою світовідчуття і світопереживання головних героїв. Земля у документальних кінострічках зачаровує, приваблює, змушує мріяти і надихає на гармонію, постає як наратив або історія, що привертає увагу. Земля у віртуальному світі постає як втілення альтернативних реальностей, як інобуття, де головним дієвцем / суб'єктом є людина-творець, яка презентує цифрове спів-буття із цифровою Землею, де сама людина може встановлювати будь-які алгоритми власного існування.

Медіапростір нівелює усі розмежування, адже його особливість не лише в миттєвій доступності інформації, що відповідає інформатизації сучас-

ності, Земля постає у «відкритому доступі» будь-якої миті (картографічні дані, цифрові образи тощо). Однак, це призводить до посилення дистанції між людиною і реальною Землею; людина відмовляється від справжньої Землі. Земля стає електронними образами, які активно поширюються і тиражуються у медіапросторі, ба більше, постає зображенням. Відсутність чітких меж, що є однією з ключових ознак медіапростору, дозволяє говорити про становлення Землі у новій якості – ідеться про феномен подвійної Землі, де одна є об'єктивною реальністю, а інша – сконструйована медіа. Медіапроєкт Землі деконструє традиційні уявлення про фізичний простір, трансформуючись у цифрову конструкцію для втілення найвибагливіших прагнень людини, що може остаточно абсолютизувати антропоцентричні амбіції сучасної людини. Ця ситуація може спричинити, по-перше, виникнення нових кордонів між Землею реальною, яка існує, і уявною, створеною медіа, по-друге – деформацію ідеї Землі як колиски людства.

Сучасне людство зіткнулося із ситуацією, коли медіапростір формує новий тип комунікації та рівень взаємодії, де технологія виступає посередником, визначаючи саму можливість і форму взаємодії між суб'єктами. Простір потоків набуває конфігурації медіапростору, який охоплює / втягує все більше нових акторів, що створює ілюзію прозорості й доступності та спрямована на полегшення переживання людиною її буття. Цей простір виступає основою для комунікації світової спільноти, яка усуває саму концепцію меж / кордонів як таких, оскільки останні є унаочненням обмеження інформації. Небезпека полягає не лише в тому, що ця взаємодія втрачає глибину, поступово стаючи поверхневою і імплантованою технологічно; медіа «поглинають» простір людини і Землі. Медіапростір виступає безперервним простором рефлексії саме медіа, які постійно продукують нові смисли, переосмислюючи власні механізми функціонування. Медіа не є виключно посередниками; вони формують світ, створюючи нові культурні коди та медіапохідні. «Реальність масових медіа, їхня справжня реальність, якщо можна так сказати, полягає у їхніх власних операціях. Речі друкуються і транслуються. Речі читаються. Програми приймаються» (Luhmann, 2000, р. 4).

У медіаінтерактивному полі простір і час є відносними, а людина може програвати безліч ролей, створюючи і втілюючи нові форми соціальної взаємодії та контролю, у тому числі й щодо Землі.

У цьому контексті особливого значення набуває думка К. Меясу: «...немислимим є те, що немислимим неможливе» (Меясу, 2024, с. 68). І хоча філософ звертається до проблеми осягнення речей як таких, саме ця думка підкреслює можливість медіапростору витіснити фізичну реальність, бо фактичність для нього «можливість Зовсім-Іншості світу зсередини самого цього світу. < оскільки у фактичності йдеться не про знання дійсної можливості Зовсім-Іншого, а про нашу нездатність встановити його неможливість. Така можливість сама гіпотетична, і це означає, що для нас усі гіпотези про в-собі залишаються однаково правомірними: воно є, воно необхідне, воно не є, воно континентальне тощо» (Меясу, 2024, с. 67–68). Медіасвіт є виявом «Зовсім-Іншості світу», де неможливість набуває медійної конфігурації.

Медіа створюють ілюзію цілісності, що часом набуває спотворених або деформованих форм, певним чином нівелюючи поняття «чистої форми» або «ідеального типу» в контексті міркувань І. Канта чи М. Вебера. У зв'язку з цим виникає небезпека можливої відсутності зобов'язань, що може спричинити послаблення як соціальних інституцій, так і соціальну підтримку останніх (Кастельс, 2007, с. 132). Це може призвести, по-перше, до занепаду соціального життя, а по-друге, заперечити потребу в соціальній ідентичності суб'єкта. Так, взаємодія та форми співпраці дедалі більше зміщуються в медіапростір, який знаходиться у стані безперервного оновлення та розширення, тим самим змушуючи світ адаптуватися до нього, впливаючи на самоусвідомлення як індивіда так і спільноти. Беззаперечним атрибутом цього простору є його тотальність, у якому симуляції та віртуальні конструкції стають реальними, витісняючи традиційне уявлення про реальність. Так, Е. Макафі і Е. Бріннолфссон визначають аксіому сучасних медіа: «Віртуальність реальна. Віртуалізація шириться світом» (Макафі, Бріннолфссон, 2019, с. 87). Вплив медіа виходить за межі соціокультурних змін, провокуючи небезпеку витіснення суспільства у віртуальний простір.

Медіареальність демонструє світ водночас заміщуючи його; інакше кажучи, людина бачить світ через медіа. Міжособистісний зв'язок поступається медійному, який дедалі більше набуває вигляду кліше, адже складається із сталих виразів, поглядів, унаочень – інакше кажучи мемів, що заповнюють медіапростір. У медіапросторі

будь-який контент може перетворитися на медіавірус (Rushkoff, 1994), головне – здатність викликати сильний емоційний відгук або резонанс. «Суспільство театру» (Debord, 1967) набуває нового образу, оскільки заміщується динамічними медіапроцесами, які керують суспільною свідомістю, і тепер вони є головними дієвцями. М. Краєвський застосовує концепт «культура прозорості» для окреслення ситуації сучасної людини, яка втрачає прагнення до утаємненості, а усі свої бажання спрямовує на те, щоб закріпитися у просторі культури / медіакультури. «Культура прозорості, і саме в цьому полягає вся її функціональність, заснована передусім на тому, що вона усуває культурні, соціальні, моральні та фізичні кордони, які традиційно визначали поле сприйняття та коло явищ, які ми могли бачити й переживати» (Krajewski, 2005, р. 166). І хоча дослідник звертається до масової культури, вважаємо, що культура прозорості в контексті медійної реальності є її головним постулатом.

Занепокоєння викликає ілюзія присутності людини / медіалюдини в ілюзорних світах, які можна позначити як культурні міражі / симулякри. Медіалюдина символізує образ Нарциса, який вдивляється у власну красу / медіакрасу. Цей погляд підкоряється логіці медіапростору, усуваючи значення погляду в контексті міркувань М. Мерло-Понті. Так, для філософа «око» втілює акт переживання світу людиною: «Ми бачимо лише те, на що спрямовуємо погляд. < Загадка впливає з того факту, що моє тіло одночасно бачить і є видимим. Те, що спрямовує погляд на всі речі, може також подивитися на себе і впізнати у тому, що бачить, «інший бік» своєї здатності бачити. Воно бачить себе баченням; воно торкається себе, торкаючись; воно є видимим і чутливим для самого себе. ... Це «я», яке, отже, схоплене речами, має передню і задню сторону, минуле і майбутнє...» (Merleau-Ponty, 1964, р. 2–3). Нині око є інструментом «переживання» / пасивного споживання візуальних потоків, прагне миттєвості й яскравості, усуваючи владу думки. Дискурсивне мислення замінюється на кліпове, яке далі розширюється концептом «Google-мислення» (Н. Хамітов), за яким імовірно постане «tiktok-мислення», утворюючи новий бриколаж, де міксовані аудіо і відеофрагменти не лише створюють і перетворюють сюжет, а й й отримують самостійне існування у вигляді цитат-кліше чи своєрідних мемів. Останні з легкістю поширюються медіапростором, який,

власне, і виступає їхнім творцем. Натомість людина втрачає здатність до рефлексії.

Наявні соціокультурні практики орієнтовані на публічність та миттєве розповсюдження інформації, прикладом чого є такі феномени, як Google та Facebook. В. Воронкова зазначає, що ці соціальні феномени репрезентують життя сучасної людини / медіалюдини. «Google за кілька років перетворився з простої пошукової системи на силу, на яку посилаються мільйони людей, які отримують інструкції, складають порядок денний, користуються адресними книгами, голою поштою, здійснюючи телефонні дзвінки, дивлячись відео, занурюючись у розваги, перебуваючи у всесвітньому павутинні» (Воронкова, Нікітенко, 2022, с. 293). Світ постає відкритим, проте людина поступово усувається від пізнання таємниць буття; постає питання об'єктивної раціональності в контексті нової соціокультурної матриці, яка створюється медіареальністю.

Медіаобраз не лише прирівнюється до оригіналу, ба більше, оригінал тепер потребує копії, аби отримати визнання, проте ситуація ускладнюється тим, що відтепер копії не лише змінюють відбиток, вони трансформують оригінал, тим самим посилюючи його цінність. Так, П. Балдис на прикладі профілю Джессіки Мерседес в Instagram, яка зіграла головну роль Сари Джессіки Паркер у відомому серіалі «Секс у великому місті», доводить, що сучасній спільноті все важче відділяти медіареальність від об'єктивної реальності. Свідченням цього є світлина, де справжня Джессіка Мерседес «очікує» Сару Джессіку Паркер біля її будинку. Це викликає неймовірне захоплення у її прихильників, адже справжня Джессіка Мерседес вже відходить на другий план: тепер вона перетворюється на медіаобраз Сари Джессіки Паркер, життя якої захоплює уяву та викликає пристрасть (Baldis, 2014, p. 53).

Очевидно, що «суспільство споживання» трансформувалося в «суспільство розваг», де неподоланне прагнення отримувати задоволення набуває все нових форм, стираючи розмежування між процесом споживання і процесом творення, між розважальним задумом і духовним пошуком. Культура розглядається в контексті медіаефектів та їхньої здатності продукувати емоції. Емоційні розваги набувають чинності як соціокультурні практики медіалюдини (Döveling K., Sommer D., Robinson K. & Suter, 2024). Це продукує прагнення не лише до безперервного задоволення,

а й уникнення глибоких переживань, які змушують замислюватися над сенсом буття. Людина дедалі комфортніше почувається як спостерігач, розглядаючи світ крізь призму його естетичної привабливості. Складається враження, що цей світ можна за бажанням тимчасово «вимкнути», аби перепочити, або віднайти інший, який задовільнить усі бажання. *Світ* дедалі більше сприймається як персоналізований та адаптований до індивідуальних прагнень. Це створює ілюзію безмежного потенціалу людської творчості, при цьому «справжній світ» кожного з учасників комунікації може суттєво відрізнятись.

Медіапростір вимагає емоційної залученості, проте сама ця емоційність є фрагментарною та нестійкою. Медіа поступово витісняють людину як творця, видозмінюючи й актуалізуючи проблему збереження *Автора*. Набагато небезпечнішою є ситуація «духовної ампутації» у світі, де інакшість означає стандартизацію, створюючи новий неояз: «інакшість – це бути як всі». Мова не йде про духовне вдосконалення людини. Людина намагається подолати ідею конечності власного існування, проте ця спроба приховує пастку: у прагненні всеприсутності та вічності вона дедалі більше занурюється у медіареальність. Людина, що є залежною від нав'язливої «турботи» медіа, дедалі менше прагне відповідати на виклики об'єктивної реальності, що свідчить про ситуацію імплузії. Людині зручніше перебувати у новій яскравій, захоплюючій, але все ж «гамівній сорочці».

Отже, медіа не є дзеркалом, відбиток якого є ідентичним об'єктивній реальності. Відтепер монітор чи дисплей наближують Іншого, але водночас витісняють його, залишаючи кожного наодинці зі своїм світом. «Медіапастка», про яку говорив Ж. Бодрієра видозмінюється (Baudrillard). Відтепер не йдеться про відсутність зворотного зв'язку, а сучасна людина – не є мовчазним споживачем інформації, проте створювана медіаілюзія дедалі більше занурює людину у медіапростір, «притишуючи» здатність останньої до критичного осмислення викликів медіареальності.

Медіапростір змінює спосіб репрезентації світу, перетворюючи його на візуальну мапу, де реальність виражається через рейтинги, коди та цифрові індекси. Людина втрачає ціннісні орієнтири, які визначали її самобутність, та зв'язок з культурою, наслідком чого може бути виникнення психічних розладів. Духовність, ідентичність і наявна соціокультурна структура опиняється

під сумнівом, що провокує своєрідну фрустрацію, яка здатна спричинити втрату автономності й ідентичності у людини. Одним із шляхів подолання цієї ситуації, на нашу думку, є практика соціального дизайну, яка повинна допомогти людині спроектувати межі власного життєвого світу з метою мінімізації медіавпливу. Головною вимогою є принцип активної дії, що «вимагає від кожного переосмислення і зміни основних передумов та способів буття, які керують нашим життям» (Норман, 2024, с. 50).

Висновки та практичні рекомендації. Медіа, «зв'язавши» світ в єдине ціле, спричинили трансформацію соціальної морфології, яка вибудовується за алгоритмами мережевої взаємодії, змінюючи логіку соціальних інститутів, поєднуючи наявні образи та створюючи нові; медіапростір виступає динамічною системою сюжетів і образів. Останні, попри те що часто є уявними або вигаданими, набувають статусу реального, створюючи єдине семіотичне поле. Земля постає поза традиційними кордонами та моделями геополітичних взаємодій суб'єктів, перетворюється на медійний конструкт, який

витісняється за межі безпосередньої активної людської діяльності.

Медійний «проект Земля без кордонів» зумовлює нові концептуальні виклики традиційним моделям репрезентації соціальної та культурної ідентичності. Це пов'язано з трансформацією способів комунікації, де візуальне поступово витісняє словесне, проголошуючи всеохопність цифрового світу / цифрової Землі. Відбувається розмивання соціальної структури, цінностей, норм, символів, які відповідали за формування соціокультурної ідентичності людини. Усе стає прозорим, відкритим для інтерпретації, що має потужний вплив як на перетворення соціальних інституцій, так і на становлення нової людини – медіалюдини. Остання має можливість одночасно перебувати у фізичному та медіапросторі, що може спричинити її екзистенційну «розпорошеність». Саме тому визнання тотальності медіареальності відкриває нові перспективи для осмислення онтологічно-екзистенційних викликів існування людства, серед яких чільне місце займає проблема збереження соціальної та культурної ідентичності людини.

Список використаних джерел

- Бадью А. Передмова. *Меясу К. Після скінченності. Нарис про необхідність контингентності* / пер. з фран. А. Ріпа. Львів : Контур, 2024. С. 9–11.
- Вітгенштейн Л. Логіко-філософський трактат / пер. з нім. Є. Попович. Київ : Основи, 1995. 126 с.
- Воронкова В. Г., Нікітенко В. О. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика : монографія. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2022. 460 с.
- Кебуладзе В. Межі, границі, кордони... URL: <https://tyzhden.ua/mezhi-hranytsi-kordony/>.
- Макафі Е., Бріньолфссон Е. Машина, платформа, натовп. Як приборкати наше цифрове майбутнє / пер. з англ. О. Асташова. Київ : Наш Формат, 2019. 336 с.
- Меясу К. Після скінченності. Нарис про необхідність контингентності / пер. з фран. А. Ріпа. Львів : Контур, 2024. 196 с.
- Норман Д. А. Дизайн для кращого світу: Значущий, стійкий, орієнтований на людство / пер. з англ. К. Жуковська, Т. Турчин. Київ : ArtHuss, 2024. 320 с.
- Baldys P. Życie na widoku – nowe media a kultura transparentji. *Media i społeczeństwo: Medioznawstwo. Komunikologia. Semiologia. Socjologia mediów. Media a pedagogika*. 2014. Vol. 4. P. 42–55.
- Baudrillard J. Requiem pour les médias. URL: <https://divinecuration.github.io/assets/pdf/ baudrillard-requiem.pdf/>
- Debord G. La Société du spectacle. Paris: Buchet-Chastel, 1967. 221 p.
- Döveling K., Sommer D., Robinson K. & Suter L. Mediatization and Entertainment. *Entertainment Media and Communication* / ed. N. D. Bowman. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 2024. P. 505–520.
- Hjarvard S. The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*. 2008. Vol. 29. No. 2. P. 105–134 p.
- Krajewski M. Kultury kultury popularnej. Wyd. II. *Seria Socjologia № 34*. Poznan: Adam Mickiewicz University Press, 2005. 340 p.
- Luhmann N. The Reality of the Mass Media / transl. K. Cross. Stanford, California: Stanford University Press, 2000. 154 p.
- McLuhan, M. Understanding Media: The Extensions of Man. London and New York: The MIT Press; Reprint edition, 1994. 389 p. URL: https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/667112/mod_resource/content/1/metode%20cipt.pdf.
- Merleau-Ponty M. Eye and Mind URL: https://www.academia.edu/10572479/Merleau_Ponty_Eye_and_Mind_1961%20%D1%80.%20%E2%80%93%5D

Rushkoff D. *Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture*. New York: Ballantine Books, 1994. 368 p.
Ricoeur P. *Time and Narrative. Volume 2: The Configuration of Time in Fictional Narrative* / trans. K. McLaughlin & D. Pellauer. Chicago: University of Chicago Press, 1985. 216 p.

References

- Badiou, A. (2024). Foreword. *Meillassoux, Q. After Finitude: An Essay on the Necessity of Contingency* / trans. from French by A. Ripa. Lviv: *Kontur*. 9–11.
- Wittgenstein, L. (1995). *Tractatus Logico-Philosophicus* / trans. from German by Ye. Popovych. Kyiv: *Osnovy*. 126.
- Voronkova, V. H. & Nikitenko, V. O. (2022). *Philosophy of the Digital Human and Digital Society: Theory and Practice: Monograph*. Lviv-Torun: *Liha-Pres*. 460.
- Kebuladze, V. (n.d.). *Boundaries, Limits, Borders...* URL: <https://tyzhden.ua/mezhi-hranytsi-kordony/>.
- Macaffee, E. & Brynjolfsson, E. (2019). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future* / trans. from English by O. Astashova. Kyiv: *Nash Format*. 336.
- Meillassoux, Q. (2024). *After Finitude: An Essay on the Necessity of Contingency* / trans. from French by A. Ripa. Lviv: *Kontur*. 196.
- Norman, D. A. (2024). *Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Human-centered* / trans. from English by K. Zhukovska, T. Turchyn. Kyiv: *ArtHuss*. 320.
- Baldys, P. (2014). *Życie na widoku – nowe media a kultura transparentności. Media i społeczeństwo: Medioznawstwo. Komunikologia. Semiologia. Socjologia mediów. Media a pedagogika*. 2014. Vol. 4. 42–55.
- Baudrillard, J. *Requiem pour les médias*. URL: <https://divinecuration.github.io/assets/pdf/ baudrillard-requiem.pdf/>
- Debord, G. (1967). *La Société du spectacle*. Paris: Buchet-Chastel. 221.
- Döveling K., Sommer D., Robinson K. & Suter L. (2024). *Mediatization and Entertainment. Entertainment Media and Communication* / ed. N. D. Bowman. Berlin, Boston: *De Gruyter Mouton*. 505–520.
- Hjarvard, S. (2008). *The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. Nordicom Review*. Vol. 29. No. 2. 105–134.
- Krajewski, M. (2005). *Kultury kultury popularnej*. Wyd. II. *Seria Socjologia № 34*. Poznan: *Adam Mickiewicz University Press*. 340.
- Luhmann, N. (2000). *The Reality of the Mass Media* / transl. K. Cross. Stanford, California: *Stanford University Press*. 154.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London and New York: *The MIT Press; Reprint edition*, 389. URL: https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/667112/mod_resource/content/1/metode%20cipta.pdf.
- Merleau-Ponty, M. (1964). *Eye and Mind*. URL: https://www.academia.edu/10572479/Merleau_Ponty_Eye_and_Mind_1961%20%D1%80.%20%E2%80%93%5D
- Rushkoff, D. (1994). *Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture*. New York: *Ballantine Books*. 368.
- Ricoeur, P. (1985). *Time and Narrative. Volume 2: The Configuration of Time in Fictional Narrative* / trans. K. McLaughlin & D. Pellauer. Chicago: University of Chicago Press. 216.

SVITLANA, KORNIENKO – Doctor of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Professor of the Department of Philosophy, H. S. Skovoroda
Kharkiv National Pedagogical University (Kharkiv, Ukraine)
E-mail: s.pylypenko@hnpu.edu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3838-780>

VASYL, DAVYDYAK – PhD student of Department of Philosophy, H. S. Skovoroda
Kharkiv National Pedagogical University (Kharkiv, Ukraine)
E-mail: mega.vs@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0003-2839-0637>

THE MEDIA PROJECT “EARTH WITHOUT BORDERS” AS A CHALLENGE TO CULTURAL AND SOCIAL IDENTITY

Abstract

The article examines the media project "Earth Without Borders" as a phenomenon of the information civilization, outlining contradictions related to the transformation of the social and cultural identity of modern humans. This is related to the growing virtualization of the lifeworld, where media not only represent reality but also actively shape it, creating

new conditions for human existence. It is emphasized that media reality acquires a total character, gradually displacing the concept of boundaries – not only geographical but also conceptual, cognitive, and sociocultural. The virtualization of the world is accompanied by the formation of a new image of the Earth as a "dual Earth". The risks arising from this process are highlighted: from the fragmentation of social experience to the loss of an individual's ability for reflection and critical thinking. **The aim of the article** is to analyze the challenges to social and cultural identity in the context of the media project "Earth Without Borders". **Research methodology:** the method of theoretical analysis, which made it possible to examine the phenomenon of the media project "Earth Without Borders" and interpret its impact on sociocultural processes; the method of ontological analysis, aimed at studying changes in the structure of human existence under the influence of digital media and the formation of the media space; the systemic approach, which made it possible to identify the relationship between the emergence of media reality, the deconstruction of spatial and social boundaries, and the transformation of human experience. The generalizations presented in the article led to the conclusion that the media project "Earth Without Borders" generates new conceptual challenges to traditional models of representing social and cultural identity. This is related to the erosion of social structure, values, norms, and symbols that previously shaped the sociocultural identity of an individual. Everything becomes transparent and open to interpretation, which has a profound impact both on the transformation of social institutions and on the formation of a new human – the media human. The recognition of the all-encompassing nature of media reality opens new perspectives for understanding the ontological and existential challenges of human existence, among which the preservation of social and cultural identity holds a central place.

Key words: "Earth Without Borders", media reality, media space, human, media human, social identity, cultural identity.

© The Authors(s) 2025

This is an open access article under

The Creative Commons CC BY license

Received date 10.11.2024

Accepted date 17.12.2024

Published date 17.01.2025

How to cite: Світлана, Корнієнко, Василь, Давидяк. Медійний проєкт «Земля без кордонів» як виклик культурній і соціальній ідентичності. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers* / Ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia: Publishing house «Helvetica», 2025. 22 (99). P. 49–56.
doi <https://doi.org/10.32782/hst-2025-22-99-06>