

## **ФЕНОМЕН ПРОСЮМЕРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ**

Сучасний етап розвитку інформаційного суспільства характеризується тотальною цифровізацією всіх сфер людського буття, що докорінно змінює архітектуру соціокультурного простору. Особливої трансформації зазнає медіасфера, яка під впливом технологічного поступу перетворилася з інструменту одностороннього інформування на простір глобальної інтеракції. Сучасна цифрова реальність пропонує принципово нову роль. Сьогодні кожен користувач мережі отримує технічну та культурну можливість самостійно створювати, транслювати та інтерпретувати смисли.

Актуальність дослідження цього явища зумовлена тим, що зміна комунікаційної моделі тягне за собою глибинні соціокультурні наслідки: нівелюється сувора ієрархія між «авторитетним джерелом» та «масовим глядачем»; виникає феномен просюмеризму, де споживання стає актом творчості, а медіапростір перетворюється на поле колективної співтворчості; трансформація ролі індивіда в медіапросторі потребує переосмислення понять авторства, інтелектуальної власності та цифрової ідентичності.

Об'єктом дослідження є сучасна медіакультура як динамічна система, що функціонує в умовах глобального інформаційного суспільства. Вона розглядається і як сукупність каналів передачі даних, і як складне середовище формування цінностей, етичних норм та соціальних практик.

Предметом дослідження є безпосередньо процес трансформації споживача інформації в активного виробника в межах сучасної медіакультури. Дослідження зосереджується на механізмах цієї еволюції. Предмет охоплює мотиваційні чинники просюмеризму та його вплив на зміну ролі особистості в сучасному культурному процесі.

Метою роботи є комплексне культурологічне дослідження феномена просюмеризму як визначальної риси сучасної медіакультури. Реалізація цієї мети передбачає послідовне розв'язання таких завдань: простеження еволюції концепції просюмеризму; дослідження різноманітних форм активності сучасного користувача; з'ясування впливу просюмеризму на трансформацію культурних ієрархій, зміну естетичних канонів та переформатування взаємин.

Поняття «просюмер» (англ. *prosumer*) не є продуктом виключно цифрової епохи. Воно виникло як теоретичне передбачення ще до масової появи інтернету. Вперше цей термін запровадив американський футуролог Елвін Тоффлер у своїй праці «Третя хвиля» (1980). Він припустив, що після епохи індустріалізації, яка чітко розділила виробника та споживача, настане етап, де ці ролі знову зближаться. На думку дослідника, просюмер – це людина, яка створює товари та послуги для власного використання або задоволення, виходячи за межі ринкового обміну [7, с. 286].

З розвитком цифрових технологій наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття ця концепція набула нового змісту. Якщо Тоффлер робив акцент на економічному аспекті, то Генрі Дженкінс перевів дискурс у площину культурології. У своїй роботі «Конвергентна культура» він

обґрунтував концепцію «культури участі». Дженкінс довів, що в сучасних умовах споживання медіапродукту неминуче переходить у творчість: фанати, геймери та звичайні користувачі стають співавторами культурних текстів [1, с. 23]. Таким чином, генеза поняття демонструє шлях від економічної самостійності індивіда до його повної інтеграції в процес продукування культурних смислів.

Трансформація споживача в просюмера стала можливою завдяки кардинальній зміні медіатехнологій. В епоху панування телебачення та радіо панувала ієрархічна модель комунікації. Глядач був обмежений роллю об'єкта впливу, чия свідомість формувалася заданим згори контентом. Такий тип медіакультури виховував «пасивного споглядача», чия участь зводилася до вибору каналу [5, с. 49].

Перехід до інтерактивних платформ (соціальних мереж, месенджерів, вікі-ресурсів) спричинив антропологічний зсув. Теперішній медіапростір базується на принципі зворотного зв'язку та нелінійності [2, с. 98]. Це вплинуло на свідомість користувача таким чином: кожна особа отримала інструменти для публічного самовираження, що нівелювало сакральний статус журналіста; користувач відчуває власну владу над інформаційним потоком, самостійно фільтруючи та доповнюючи його.

У сучасній культурології смислове наповнення терміна «просюмер» виходить за межі технічного створення контенту. Сьогодні просюмеризм розглядається як форма цифрової демократії, де активність індивіда є засобом самоактуалізації. Науковий проєкт сучасності полягає в тому, щоб осмислити цей феномен не просто як технічну можливість, а як нову етичну відповідальність людини за зміст глобального культурного поля [3, с. 371].

Ключовим механізмом трансформації сучасної культури став перехід від вертикальних, ієрархічних структур до горизонтальних мереж. Тривалий час професійні медіа утримували монополію на «правду» та порядок денний, виступаючи єдиними фільтрами інформації. Поява блогінгу та стримінгу радикально змінила цю ситуацію, демократизувавши доступ до засобів масової комунікації.

Соціальні мережі дозволили кожному індивіду перетворити власну оселю на студію, а смартфон – на інструмент глобального мовлення. Це призвело до появи «громадянської журналістики» та лідерів думок, чий авторитет базується на довірі аудиторії та оперативності. Таким чином, медіакультура перестала бути продуктом еліт, перетворившись на результат діяльності мільйонів активних просюмерів, що руйнують класичні інституційні бар'єри.

Просюмеризм стимулював розвиток практик, які можна назвати «колективним інтелектом». Це форма співпраці, де знання та зусилля багатьох людей об'єднуються для створення спільного культурного продукту. Найяскравішим проявом цього є створення глобальних баз знань, де кожен користувач є водночас і читачем, і редактором.

Сучасний просюмер дедалі частіше відмовляється від великих текстових форм на користь візуальних символів. Візуальний поворот у медіакulturі знайшов своє втілення у феномені мем-культури та форматі коротких відео. Мем сьогодні виконує функцію сучасного фольклору – це одиниця культурної інформації, яка миттєво адаптується, видозмінюється та поширюється просюмерами [6, с. 17].

Одним із головних викликів просюмеризму є розмивання критеріїв якості та фаховості. Домінування аматорського контенту створює ситуацію, де «голос» професійного експерта, науковця чи митця може загубитися в масиві популярного, але поверхневого продукту. Це призводить до так званої «демократизації невігластва», коли популярність (кількість переглядів та уподобань) стає важливішою за змістовну глибину чи достовірність.

Хоча просюмеризм часто сприймається як акт вільної творчості, він має прихований економічний бік. Великі технологічні платформи побудували бізнес-модель на використанні «цифрової праці» користувачів. Кожен допис, відео чи коментар, створений просюмером безкоштовно, стає об'єктом монетизації через збір даних та показ реклами [4, с. 16].

В умовах, коли кожен є видавцем, радикально змінюється етичний ландшафт медіапростору. Відсутність редакційного контролю та професійних етичних кодексів у

## Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі

більшості просюмерів призводить до стрімкого поширення фейків та маніпуляцій. У добу постправди емоційна привабливість контенту часто важить більше за його правдивість: на відміну від професійних журналістів, пересічний користувач рідко усвідомлює наслідки поширення неперевіреної інформації [8, с. 52].

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що просюмеризм сьогодні виходить далеко за межі суто технологічного чи економічного явища. Це фундаментальна антропологічна зміна людської поведінки в інформаційному просторі. Людина сучасності остаточно втрачає статус пасивного об'єкта маніпуляцій і перетворюється на активного суб'єкта, який самостійно конструює власну інформаційну та культурну реальність.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дженкінс Г. Конвергентна культура: коли старі та нові медіа зіштовхуються / пер. з англ. Київ : Критика, 2017. 384 с.
2. Зражевська Н. І. Комунікативні технології: підручник. Черкаси : Брама-Україна, 2010. 224 с.
3. Кастельс М. Становлення суспільства мереж / пер. з англ. К.: Вакула, 2000. 596 с.
4. Ковтун Н. М. Культура в епоху цифровізації: трансформація смислів та цінностей. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 2. С. 15–21.
5. Маклюен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої грамотності / пер. з англ. В. І. Постнікова, С. В. Єфремова. Київ : Ніка-Центр, 2011. 392 с.
6. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
7. Тоффлер Е. Третя Хвиля / пер. з англ. А. Євса. К.: Видавничий дім «Всесвіт», 2000. 480 с.
8. Шевченко В. Е. Тренди сучасних медіа як чинник трансформації медіакультури. *Актуальні питання масової комунікації*. 2019. Вип. 25. С. 45–58.