

Геннадій ХРИСТОКІН  
В'ячеслав ВАСИЛЬЧЕНКО  
Марія ЛАШКІНА

## КОНЦЕПТ ПОВОРОТУ В КУЛЬТУРІ ТА ФІЛОСОФІЇ ХХ–ХХІ СТ.: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ТА КОМУНІКАТИВНО- МЕДІАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія.

Випуск 1 (49)

УДК 811.161.2'373.7-042.2

DOI:10.24144/2663-6840/2023.1(49).208–218.

Христокін Г., Васильченко В., Лашкіна М. Концепт повороту в культурі та філософії ХХ–ХХІ ст.: методологічний та комунікативно-медіальний аспект; кількість бібліографічних джерел – 44; мова українська.

**Анотація.** Стрімкий розвиток комунікативної сфери сучасного суспільства вимагає нових методологічних підходів для осмислення культурних трансформацій сучасності. Значний вклад в досягнення цієї мети здійснила філософія ХХ–ХХІ ст., цікавим методологічним рішенням у межах якої постав концепт «повороту». Він відобразив ідею кардинальних соціокультурних та парадигмальних змін у суспільстві та мисленні та став важливим методологічним інструментом для дослідження трансформацій культурних комунікацій і суспільних практик. Філософія ХХ–ХХІ століть розвивалася як серія таких поворотів, що концептуалізували значення мови, текстів, образів, медіа та наративів у конституюванні культури. Кожен із поворотів започатковував нові підходи й парадигми мислення, які дозволили осмислювати комунікативно-медіальні трансформації культури новітнього часу та розробляти методологію досліджень медіафілософії у сфері журналістики.

Мета статті – розглянути концептуальні повороти в філософії та культурі ХХ–ХХІ століття, простежити їх типологію, методологічний та евристичний потенціал для осмислення сучасних комунікативно-медіальних процесів у сфері журналістики. Основні завдання полягають у тому, щоб з'ясувати походження й основні особливості поворотів у культурі ХХ–ХХІ ст.; простежити їхній зв'язок із розвитком філософії медіа; виділити повороти, які найбільш помітно вплинули на формування парадигм осмислення новітніх трансформацій у медіакомунікативній сфері; з'ясувати евристичний та методологічний потенціал поворотів для дослідження комунікативно-медіальних процесів сучасності та зокрема сфери журналістики.

Соціокультурні трансформації ХХ–ХХІ століть породили інтенсивні пошуки нових методологій осмислення змін в медіакомунікативній сфері загалом та у сфері журналістики зокрема. Вдалою новацією в цьому сенсі стали концепти «поворотів», введення яких у філософський та науковий обіг сприяло інтенсифікації досліджень сучасних соціокультурних процесів. Протягом ХХ–ХХІ ст. на передній план філософії та медіафілософії вийшли концепти онтологічного, іконічного, комунікативного, просторово-тілесного, медіального та наративного поворотів. Вони застосували нові теоретичні парадигми і підходи, які зокрема започаткували концептуальні зміни сучасної гуманітаристики і надали методологічний інструментарій для аналізу комунікативної прагматики сучасної медіареальності. Якщо запропоновані повороти культурні універсалії (слова, образи, тексти, історії) імітують і копіюють реальне, то повернення до тіла є поверненням до присутності в реальному. Якщо сучасна медіакомунікативна культура виробляє «культуру значень» – нескінченність інтерпретацій, значень, знань, символів, копій, то предметність світу і наша тілесність стає передумовою і епіцентром «культури присутності» – в якій важливими є феномени зустрічі, дотику, ніжності та присутності, що повертають нас до нас самих і відкривають для нас справжнє буття.

**Ключові слова:** медіафілософія, концепт культурного повороту, онтологічний поворот, лінгвістичний поворот, іконічний поворот, комунікативний поворот, медіальний поворот, нарративний поворот, медіа, дослідження у сфері журналістики.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток комунікативної сфери сучасного суспільства вимагає нових методологічних підходів для осмислення культурних трансформацій сучасності. Значний вклад у досягнення цієї мети здійснила філософія ХХ–ХХІ ст., цікавим методологічним рішенням у межах якої постав концепт «повороту». Він відобразив ідею кардинальних соціокультурних та парадигмальних змін в суспільстві й мисленні та став важливим методологічним інструментом для дослідження трансформацій культурних комунікацій і суспільних практик. Філософія ХХ–ХХІ століть розвивалася як серія таких поворотів, що концептуалізували значення мови, текстів, образів, медіа та наративів у конституюванні культури. Кожен із поворотів започатковував нові підходи й парадигми

мислення, які дозволили осмислювати медіакомунікаційні трансформації культури новітнього часу, використовувати нові методології для досліджень у сфері журналістики.

**Аналіз досліджень.** Поняття «культурний поворот» було введено і проаналізовано 1988 року Ф. Джеймсоном у його книзі «The Cultural Turn. Selected Writings on the Postmodern» [Jameson 1998], де він, зокрема, зазначає, що доба епохи постмодерну пододала традиційні дослідницькі межі, і сучасні підходи зосереджені на тому, що культура є тим про що сучасна людина міркує та що вона створює. Моделлю «повороту», за взірцем якої згодом формувалися інші повороти в культурі ХХ ст., став лінгвістичний поворот. За ним і на його прикладі почали визначати онтологічний, іконічний, а потім

антропологічний, онтологічний, просторовий, медіальний та багато інших кардинальних зсувів.

Рецепція ідеї «культурного повороту» на багатому європейському матеріалі здійснена низкою сучасних дослідників, серед яких мали істотне значення праці Д. Бачман-Медік, Дж. Бергмана, Т. Вільямсона, Р. Хакера, Р. Рорті. Варто відмітити творчий доробок В. Савчука, який здійснив розгляд поворотів у контексті розвитку медіафілософії. Важливими для досягнення наших завдань є праці українських науковців О. Брюховецької, М. Данканіча, Г. Ільїної, М. Ліпіна, Б. Манчула, О. Мартиненко, Л. Мозгового, О. Петренка, А. Пушонкової, А. Синиці, О. Шинкаренка, які розглядали різні аспекти лінгвістичного, іконічного, комунікативного та медіального поворотів. Проте актуальним завданням залишається подальше комплексне дослідження феномену культурних поворотів і, зокрема, їх вплив на формування нової комунікативно-медіальної реальності ХХ–поч. ХХІ століття, що є актуальним для сучасної медіафілософії при осмисленні комунікативних практик у сфері журналістики.

**Мета** статті – розглянути концептуальні повороти в філософії та культурі ХХ–ХХІ століття, простежити їх типологію, методологічний та евристичний потенціал для осмислення сучасних комунікативно-медіальних процесів у сфері журналістики.

**Основні завдання** полягають у тому, щоб з'ясувати походження й основні особливості поворотів у культурі ХХ–ХХІ ст.; простежити їх зв'язок з розвитком філософії пізнього модерну, постмодерну та метамодерну; виділити ті повороти, які найбільш помітно вплинули на формування нових парадигм осмислення новітніх трансформацій у медіакомунікативній сфері; з'ясувати евристичний та методологічний потенціал поворотів для дослідження комунікативно-медіальних процесів у сфері журналістики.

**Методи та методики дослідження.** Ми виходимо з гіпотези, що концептуальні повороти ХХ–ХХІ ст. були зумовлені змінами в комунікативній та медіакультурній сфері суспільства, що в свою чергу, сприяло формуванню теоретичних підходів та парадигм, які дозволили досліджувати і конституювати нові форми комунікативно-медіальної реальності. Певна парадигма не просто формує наше бачення реальності, вона визначає здатність мислення формулювати проблеми, формувати дискурси, концептуальні моделі пояснення реальності й підходи до відображення цієї реальності в медіа. Фактично ми бачимо лише те, на що нам вказує певна парадигма, наші евристичні спроможності визначаються її змістом.

Для реалізації поставлених цілей та завдань ми цілком можемо використовувати методи, запропоновані авторами досліджуваних поворотів, зокрема елементи пізньомодерних, постмодерних та метамодерних онтологій, інструментарій комунікативної та аналітичної традицій. Нам важливо застосовувати методи компаративного, культурологічного, медіального аналізу результатів соціальних трансформацій, що сталися внаслідок культурних поворотів ХХ–ХХІ ст.

**Виклад основного матеріалу.** Осмислення феномену і прийняття концепту «повороту» – це завжди пошук нового ракурсу сприйняття, доповнення і переосмислення існуючої моделі пояснення дійсності. Метафора «Turn» (повороту) значною мірою розширює можливості аналізу трансформацій культурних та соціогуманітарних процесів. Він є характеристикою тих станів, коли теоретичні та практичні підходи змінюються на нові. Дослідження цих кардинальних змін є важливим завданням філософії, яка реагує на вагомні повороти в культурі ХХ ст. Поворот – це необхідність нового підходу до осмислення зміненої реальності, закономірний етап еволюції філософії. Кожен новий поворот дає новий ракурс розгляду реальності. Через складність та суперечливість сучасний світ не може дати однозначних відповідей на поставлені запитання, і кожен новий поворот робить сферу нашого буття та мислення ще більш складним.

У сучасній філософії можна виявити велику кількість культурних поворотів: лінгвістичний, онтологічний, іконічний, теологічний, комунікативний, просторово-тілесний, медіальний, нарративний тощо. У кінці ХХ – на початку ХХІ ст. повороти починають з'являтися все частіше і частіше, і кожен із них пропонує відповіді на питання про принцип, який організує суспільне буття та мислення людини. Означені повороти сприяють виявленню нових проблем та варіантів їх вирішення.

#### **Онтологічний поворот (*Ontological turn*)**

Початок комунікативним змінам і парадигмальним новаціям ХХ століття заклали філософи, які почали активно переосмислювати класичну картину світу, відкидати модерні метафізичні концепції буття, у яких основний акцент ставився на дослідження пізнавальної проблематики. Е. Гуссерль у проєкті феноменології побудував філософську теорію нового типу, у якій під гаслом «назад до речей» долає природну настанову свідомості, пропонує процедури, які претендують на доступ до самоочевидної реальності буття феноменів. Феноменологія мала здійснити такий об'єктивний опис смислових структур свідомості, безвідносно до їх суб'єктивно-емпіричного та фактологічного виміру [Гуссерль 2002; Баумейстер 2013]. Ідеї феноменології створили придатний ґрунт, на якому активно формуються лінгвістична, комунікативна медіафілософія ХХ ст. Цей оригінальний крок породив кардинальні зміни у філософії, які пов'язували з іменами Ніколая Гартмана та Мартіна Гайдеггера, авторами так званого «онтологічного повороту», що, на відміну від неокантіанства та класичної метафізики, запропонувала нову перспективу для осмислення людини і буття [Hartmann 1935; Heidegger 1967].

З ім'ям Мартіна Гайдеггера пов'язують два повороти – той, який дослідники називають фундаментальною онтологією, яка долає деспотичність бінарної репрезентації світу («Буття і часу» (1927)); і той, який сам М. Гайдеггер розглянув у однойменній доповіді «Die Kehre» (1949). У ранній період Гайдеггер бачить проблему філософії в тому, що вона неспроможна радикально відмежовувати буття від сущого

і тим самим знаходиться в полоні метафізики. Гайдеггер, «запропонувавши концепцію герменевтичної феноменології, виходив з позиції існування людини в світі та із зацікавленого, практичного ставлення людини до світу. Теоретичне ставлення до буття він розглядав як один із модусів буття людини в світі» [Лісовий 2006]. В інтерпретації буття у Гайдеггера, його основним елементом є *Dasein* – «тут-буття», буттям-в-світі, присутність людини у світі, яку не можна звести до існування речі серед інших речей, точніше фактичним життям. «Фактичне життя діє в кожному з нас, направляє нас і керує нами. Не ми проживаємо життя, а життя живе в кожному з нас у своїх типових модусах і тенденціях» [Баумейстер 2013, с. 73]. У пізній період М. Гайдеггер звертається до проблем мови, закладаючи підстави для наступного, лінгвістичного повороту [Heidegger 1959]. У «Листі про гуманізм» (1947) він писав: «Мова є домівкою буття. У домівці мови живе людина. Мислителі й поети – охоронці цієї домівки. Вони варують – здійснення відкритості буття, оскільки вони дають їй (думці) слово у своєму мовленні й тим самим зберігають її у мові» [Heidegger 1975]. Тобто думка актуалізує внутрішні смисли, що властиві мові, які в поетичній мові та художньому творі стають «просвітами істини буття». Мова і є справжнім буттям людини, тільки поетичне може відкрити таємницю присутності [Данканіч 2020, с. 8].

Означений онтологічний поворот закладає підстави для подальших трансформацій не лише у філософії, але й у культурі. Відхід від класичної метафізики, подолання субстанціалістського мислення, початок альтернативних версій буття привело до того, що неklasична філософія пізнього модерну започаткувала серію важливих поворотів у культурі ХХ ст. Зокрема, онтологічний поворот відкрив нові можливості в інтерпретації людини як центру буття, осереддя всіх комунікативних і ментальних практик та дав теоретичний інструмент для осмислення комунікативної ситуації ХХ ст.

#### **Лінгвістичний поворот (*linguistic turn*)**

Лінгвістичний поворот можна вважати найважливішою віхою розвитку філософії ХХ ст., яку називають «мовною революцією». Це подія, що позначила перехід від неklasичної філософії пізнього модерну до сучасної постнеklasичної філософії ХХ ст. й акцентувала увагу на мові як особливому предметі філософії. Основою лінгвістичного повороту стає усвідомлення необхідності змінити акцент з пошуку сутнісних засад світу на дослідження того, як ми говоримо і думаємо про значення поняття «світ», як ми міркуємо про саме міркування світу. Тобто в більшості досліджень, що здійснювали німецькі та французькі філософи мови, відчувався перехід від мови як об'єкта мислення до самої мови мислення, до мови, яка мислить саму себе [Klassiker 2002]. Тут мова стає конститууючою умовою пізнання, досвіду та свідомості.

Термін «лінгвістичний поворот» запропонував американський філософ австрійського походження Густав Бергманн у статті «Онтологія Стросона» [Бергманн 1960]. Пізніше термін *linguistic turn*, під-

хопив Р. Рорті в однойменному збірнику 1967 р. У передмові редактор писав: «Метою цього видання є надати матеріали, що відображають найостаннішу філософську революцію – лінгвістичну філософію. Під терміном «лінгвістична філософія» я матиму на увазі погляд, згідно з яким вирішити філософські проблеми можна або реформувавши мову, або поглибивши розуміння мови, якою ми послуговуємося вже зараз» [Rorty 1967, с. 3]. Але на цьому розвиток аналітичної традиції не обмежився, від філософії мови еволюція аналітики прямувала до філософії свідомості. Зокрема, «Т. Вільямсон воліє вважати, що насправді лінгвістичний поворот був лише першою фазою більш радикальних зрушень у філософії, які він називає «репрезентаційним поворотом» (*representational turn*), до яких, крім мови, Вільямсон зараховує мислення» [Williamson 2004, с. 108; Синиця 2017, с. 102].

Важливою ознакою цього типу повороту стало зміщення акценту від семантики до прагматики мови у Л. Вітгенштайна, що позначило суть не лише лінгвістичного, але й прагматичного повороту [Загороднюк 2014, с. 6]. Аналітична традиція в особі Л. Вітгенштайна поставила зміст нашої мови, її значення в залежність від умов використання мови, від «мовних ігор», які породжують суспільні практики. Мовні акти безпосередньо є актами діяльності, правила якої визначають мовні значення, що робить взаємообумовленими кордони мови і межі світу [Wittgenstein 1953]. Концепція «мовних ігор» Л. Вітгенштайна має дуже важливі наслідки для розуміння комунікативно-прагматичного та медіального вимірів сучасного світу: нове розуміння мови як практики, прагматична трансформація онтологічної проблематики, інтерпретація світу як «тексту» [Мартиненко 2022; Мозговий 2019].

Крім того, «спектр наслідків лінгвістичного повороту у дійсності досить широкий. Цей поворот веде до політики використання мови, зокрема до генеалогії влади (М. Фуко); до критики ідеологій укріплених у соціальній несправедливості (Ю. Габермас); до герменевтики підозри (П. Рікьор); до риторики та поетики мови у філософській герменевтиці (Г. Гадамер, П. Рікьор), практики деконструювання метафізики (Ж. Дерріда), нарративного розуміння епістемологічної та моральної криз (А. Макінтайр), номадології і шизоаналізу (Ж. Дельоз)» [Загороднюк 2014, с. 5–6].

Отже, у лінгвістичному повороті стався перехід від мислення про мову до мислення в мові і через мову. Мова постала єдиною реальністю, що визначає і обумовлює досвід, мислення та діяльність людини. Судження чи знання є мовними значеннєвими конструкціями, які безпосередньо впливають з життєвої практики людини. У такому сенсі життєвий світ людини збігається з її світом мови, а значить уся культурна діяльність є мовою та її текстами.

#### **Іконічний поворот (*Ikonomische turn*)**

Одним з епохальних поворотів першої половини ХХ ст. став візуальний, який започаткував нову парадигму осмислення культурної ситуації

XX ст. Усі концепти до XX ст. постулювали вторинність візуального, яке лише відносно втілює умоглядну істину, що перебуває за межами того, що можна побачити очима. І лише XX ст. унаслідок масового використання фото і відеотехніки здійснило кардинальний переворот у сприйнятті та відтворенні реальності – візуальна реальність стала первинною, основною, а все, що існує за межами видимого, стало ілюзорним, реляційним, вторинним. Сучасним повною мірою суспільство стає не просто тоді, коли виробництво інформації постає його основною ознакою, але тоді, коли його основною потребою і характеристикою починає бути масове виробництво і споживання образів.

Концептуально візуальний поворот був проголошений у середині 90-х у рамках досліджень літературознавця Д. Мітчела, який у роботі «Візуальна теорія» вперше аргументує прихід нового повороту, що позначився в переході від текстуальності до візуальності у способі мислення та світосприйняття [Гльїна 2017, с. 115]. У самому широкому масштабі людство починає сприймати і мислити образами, які перетворюються на культурні універсалії, пристосовані до реалізації суспільних бажань. Як зазначає Д. Доніс, на відміну від традиційних медіа, у яких на першому плані були логоси і сенси, у сучасній культурі «візуальне домінує, вербальне зростає... наша мовно-домінуюча культура відчутно зрушила в бік іконічної». Все, що ми любимо, знаємо, бажаємо чи те в що ми віримо є детермінованим домінуванням над людською душею фотографії та відео [Dondis 1973, с. 6–7]. І якщо ми погоджуємося, що мова формує нас і реальність, то так само й образи визначають нас.

Панування технічних засобів комунікації кардинально змінює наше сприйняття дійсності, що в кінцевому підсумку веде до зміни самої реальності. Спочатку фотографія, кіно, реклама, телезображення, а потім цифрова візуалізація соціальних мереж стають головними засобами комунікації, віддаляючи на другий план логос, текст, книгу, що акцентували увагу на смисловому та уявному аспектах реальності. Нові цифрові технології дали можливість спроектувати уяву та мислення в нескінченний ряд візуалізацій. Візуальне стає в повній мірі реальним, витісняючи символічне та містичне як ілюзорне. Домінують зорові форми і засоби зображення абстрактних понять, коли конкретні зображення стають знаками ідей. Влада тексту змінюється владою картинки, яка маніфестує світ, ще до того, як ми його побачили. Якщо ще сто років тому сприйняття світу передбачало просторово-тілесну присутність людини у світі речей, то тепер буття людини є присутнім у світі образів. Якщо в минулому подія потребувала свідка, історію якого інші лише переповідали, то тепер свідками події можуть бути одразу мільйони, якщо ця подія фіксується онлайн. Якщо творцями образів та символів раніше були обрані, то зараз творцями і споживачами візуального контенту виступають майже всі. Образ стає надзначеним – він набуває значень, які йому надають редактори та користувачі, а не автори.

Образ ніколи не існує сам по собі, він завжди передбачає глядача і його уявлення про цей образ. Ми тут спостерігаємо збіг образу, погляду, бачення та уявлення, які разом породжують культуру візуального буття. «Все є образ» – ця теза стає постулатом для прихильників візуального повороту, бо охоплює інтенцію на бачення як видимого так і умоглядного. Народжена лінгвістичним поворотом гіпотеза Сепіра-Уорфа стверджує, що мова здатна детермінувати мислення, тоді як головною інтуїцією іконічного повороту є постулат, що образ – це першооснова всього суцього. Буття в його оформленості та цілісності завжди передбачає погляд і його бачення. При цьому, він не може бути протиставленим смислу, тому що мова й образ, логос і зображення є двома вимірами буття. Саме тому візуальний поворот долає класичні дихотомії «візуального та слухового», або «видимого і умоглядного».

Вважливою тут є проблема співвідношення образу та реальності. Якщо в класичній філософії образ виступає відображенням реальності, то в постнекласичній філософії заперечується можливість об'єктивного відображення дійсності. Не реальність стає джерелом образів, бачення образу тепер орієнтується в більшості на уяву та наявний архів образів, які вкинуті в медіапростір, що суттєво послаблює мислення. Образи не просто почали відображати певну реальність, вони стали перетворюватися на окрему реальність, підмінювати собою реальність, породжуючи феномен симуляції. Як зазначає О. Брюховецька: «Образ завжди несе з собою загрозу заповнити уяву, зачарувати, заколисати, чи, навпаки, відволікати і збуджувати – наслідком чого в обох випадках є послаблення критичної думки, яка передбачає здатність до концентрації, абстрактного мислення і схоплення негативного» [Брюховецька 2018, с. 131].

Таким чином, сучасний світ є світом мінливої візуальності, особлива роль у якому належить масовій культурі, яка продукує образи у виробничих масштабах, що фактично створює нову ілюзорну реальність і перетворює людину на споживача штучних образів. Усі стають носіями, споживачами і творцями візуальної реальності, що примножує її до нескінченості. Комунікація тепер опосередковується і визначається цією візуалізованою реальністю, породжуючи сучасне інформаційне суспільство образу.

#### **Комунікативний поворот (*Communicative turn*)**

Особливе місце серед соціокультурних подій XX ст. займає комунікативний поворот, представлений Юргеном Габермасом та Отто Апелем. Німецькі філософи розробили комунікативну філософію, яка відобразила важливий для XX століття зсув до комунікативної проблематики в гуманітаристиці. Сутність комунікативного повороту полягає у зміні основного акценту в науці та суспільних процесах з автономного суб'єкта на інтерсуб'єктивні зв'язки, з монологу на діалог, з бачення знання як розкриття сталих сенсів на візію знання як інформаційно-варіативної процесуальності.

Комунікативна філософія лише концептуально оформила й узагальнила тривалі пошуки діалогічної парадигми, які починали Л. Фейєрбах, речники лінгвістичного повороту, продовжили мислителі філософії діалогу М. Бубер і Е. Левінас, поглибили О. Апель та Ю. Габермас. Принципи діалогізму, процесуальності та соціального конструктивізму, які сформулювали комунікативні філософи, дозволили адекватно осмислювати трансформації в інформаційно-комунікативній сфері.

Комунікативна філософія сприймає всі наші знання як результат комунікацій, а самі комунікації залежно від умов формування комунікативними спільнотами. Оскільки комунікація є проявом суспільної практики, а суб'єктами комунікацій виступають чисельні комунікативні спільноти, то таким чином суспільство містить безліч версій комунікативного знання. І єдиною можливістю його узгодити є комунікативна згода між учасниками публічного простору. При цьому, Ю. Габермас розрізняє дві форми комунікації: з одного боку, *комунікативна дія* та відповідний дискурс, що базуються на умові дискурсивного взаєморозуміння. Мовленнєва дія тут спрямована на раціональність взаєморозуміння, яка досягається за згодою; з іншого боку, *стратегічна дія* та відповідний дискурс, що передбачають вплив засобами заохочення та погроз, що не може трактуватися як згода і взаєморозуміння [Срмоленко 1999].

Під впливом комунікативної філософії, поширеною парадигмою соціогуманітарних наук у другій половині ХХ ст. стає соціальний конструктивізм, який ґрунтується на засадах семантичного плюралізму. Конструктивізм стверджує, що соціальна реальність конструюється в процесі суспільної діяльності. Коли учасники комунікацій реалізують соціальну практику, вони, тим самим, здійснюють конструювання соціальної реальності. Причому, соціальні знання, норми, концепти, ідеї, практики – не просто репрезентують реальність, але формують її. На зміну теоріям соціальної репрезентації, що переважали у філософії пізнього модерну, прийшли постмодерністські теорії Н. Лумана, П. Бергера, теорії дискурсу М. Фуко, концепти дискурс-аналізу, які розвивають варіанти конструктивістського підходу. Лише на поверхні людина описує дійсність як певну очевидну об'єктивну реальність, тоді як насправді вона є результатом неусвідомлених нами суспільних домовленостей та конструктів, до яких відносять універсальні основи культурної реальності: категорії мислення, моральні ціннісні, суспільні норми, закони природи, релігійні вірування, наукові теорії.

Таким чином, комунікативний поворот у філософії суттєво вплинув на формування базових парадигм соціального конструктивізму, що складає невід'ємну частину сучасного соціогуманітарного дискурсу. Ці парадигми виявляють комунікативну природу соціального знання й обґрунтовують необхідність застосування критичних дискурсивних технік його аналізу.

#### **Наративний поворот (*Narrative turn*)**

Не менш важливим для нашого дослідження є дискурсивний, або «наративний поворот» кінця

ХХ ст. Його запропонував 1992 р. канадський лінгвіст Мартін Крейсворт [Kreiworth 2005]. Цей поворот ґрунтується на засадах усіх попередніх поворотів, які він продовжує і змінює. Якщо лінгвістичний поворот акцентував увагу на слові та речення, комунікативний поворот наголосив на важливості текстів і дискурсів, а прагматичний – на життєвій практиці, то наративний поворот абсолютно послідовно приходить до необхідності їх об'єднати в історію. Оповідання інтегрує в собі слова, тексти, дискурси та життєві історії в одне ціле. «Мова як головний об'єкт аналізу поступився місцем риторичі» [Шелковникова 2013, с. 196]. Це означає, що «суть наративного повороту полягає в тому, що функціонування різноманітних форм знань можна зрозуміти лише через їх наративну природу» [Єгорова 2013, с. 93].

Наративна природа знання, людини та суспільства полягає в тому, що в основі соціальних дискурсів (політичних, релігійних, міфологічних, ідеологічних) знаходяться певним чином осмислені події, які організовані в цілісну сюжетну та хронологічну картину, мають своїх персонажів, внутрішній час і простір, ієрархію цінностей та мету. Усе, що має історичний вимір в культурі, може мати або має власний наратив. Наративи надають історіям не лише сюжетну лінію, але зміст, осмисленість, внутрішню логіку і сенс. Наратив є основою нашої мови, різноманітних дискурсів та переконань. Він не лише передає події, але й конструює причинно-наслідкові зв'язки між ними, явищами та процесами в тлумаченні світу.

Вплив наративу на всі культурні процеси величезний. «Він змінює наше мислення і поведінку. Коли ми заглиблюємось в наратив – ми занурюємось в змінений ментальний стан: стан сильної навіяваності: життя складне, а країна історій – легка» [Шелковникова 2013, с. 198]. Тим самим наратив не просто спрощує реальність, він її конструює та інтерпретує.

Отже, наративний поворот кінця ХХ ст. певним чином завершує та інтегрує в собі лінгвістичний та комунікативно-прагматичний повороти. Методологія розвитку його парадигми прямує від слова, образу, тексту і дискурсу до цілісної історії життя. Цей поворот відкриває новий вимір і виступає джерелом для формування комунікативних практик та слугує методологією дослідження наративів медіареальності. Тому використання наративної парадигми є важливим інструментом для сучасної медіафілософії.

#### **Медіальний поворот (*Medial turn*)**

Одним з найважливіших і показових для розуміння сучасних процесів у комунікативній сфері є «медіальний поворот». Суть його в тому, що активно формується нова парадигма мислення і соціального пізнання, у центрі якої концепт «медіа». Прихильники цього підходу за мовою, риторикою, текстом, образом, наративом, за будь-яким іншим явищем культури чи властивістю людського існування – визнають властивість медіальності. Тобто всі явища культури виступають засобами чи форма-

ми комунікації, як медіатори стають видами медіа [Петренко 2015].

Концепт «медіа повороту» виникає в кінці ХХ– на поч. ХХІ ст. у зв'язку з активним формування цифрової реальності нових медіа. Його поява, після всіх попередніх поворотів, зумовлена потребою пояснити феномен медіареальності, – нового типу реальності віртуально-цифрового типу, пояснити яку неможливо всіма вже відомими засобами. Саме тому концепт «медіа» набуває потужного евристичного змісту.

Під медіа часто розуміють лише ЗМІ, які позиціонують як творців та посередників у передачі інформації через технічні пристрої до споживача. Однак таке тлумачення не відображає повною мірою сутність феномену медіа. Медіа в повній мірі має не лише інструментальний, але й власний онтологічний вимір. Відома теза М. Маклюєна – *media is the message*, означає, що медіа не лише виконують функцію посередника у передачі інформації, вони самі стають повідомленнями, зміст і форма яких стає потужним перетворюючим фактором суспільного буття [McLuhan 1998]. Усіх попередніх концептів, які раніше виступали основою для парадигмального пояснення сучасної реальності (мова, образ, символ, текст, фото і кіно, ТБ), не вистачає, щоб осмислити реальність віртуально-цифрову. У ХХ–ХХІ століттях виникає нова медіареальність, котра продукує культуру завдяки новим цифровим технологіям – Інтернету, цифровим пристроям та соціальним мережам. Вона досягає глобального характеру, що дало можливість проєктувати реальність як віртуальну, частиною якої є буття людини і суспільства. Уся реальність стає медіареальністю, будь-який феномен, що може сприяти комунікації, стає медіа, тепер «все є медіа». Комунікаторами стають не лише – мова, речі, тексти, технології, події чи інформація, сама людина у всіх проявах її буття стає медіатором. Аналогічно до того як людина є комунікативною істотою, вона є істотою медіальною. Медіа не лише визначають зовнішній, вони конструюють внутрішній світ людини. Весь наш досвід – почуття, переживання, емоції, думки, образи, уявлення, переконання, дії та рішення, пам'ять, вчинки та ціннісні акти, – усе має медіальний вимір, – вони екранують, відображають, копіюють, проєктують, передають, творять, повторюють, сприймають і передають інформацію. Формами соціокультурних медіа і сферами глобальної медіареальності є право, економіка, політика, мистецтво, релігія, міжнародні відносини, які є умовами суспільного об'єднання людей, їх культурного, економічного та політичного розвитку, факторами і результатами соціального проєктування і конструювання дійсності. Як зазначає Т. Козінцева: «Підходи до трактування медіального стикаються з проблемою інтермедіальності, коли визначення медіального починає мультиплікуватися, множитися. Ця складність пов'язана з одного боку з універсальністю медіації, а з іншого – відсутністю дійсності медіального» [Козінцева 2021, с. 55]. Таким чином, медіа – це не лише ЗМІ, технічні пристрої, медіа канали чи інформація, що

трансляється ними. Уся сучасна комунікативна реальність суспільства і людина є медіареальністю.

**Просторово-тілесний поворот** (*Space-body turn*)

Перехід від доби модерну до постмодерну в середині ХХ ст. характеризується переорієнтацією інтересу до простору і часу. За новим підходом, домінуючого значення набувають просторово-тілесні характеристики речей та процесів, у яких вбачають підстави та з яких виводять нові парадигми для гуманітаристики. Акцент на просторі та тілесній присутності приходить на заміну будь-яким формам трансценденталізму та метафізики, панування яких спричинило кризу соціально-гуманітарного дискурсу. Поворот до простору, або «перехід у простір», постає важливим виміром постметафізичних парадигм філософії. Таким чином, поворот зорієнтований на відштовхування від часу, побудови перспективної «картини світу» і визначення місця людини в ній.

Одним з перших, хто звернувся до просторової інтерпретації буття був М. Гайдеггер. Його вочевидь топографічна позиція зорієнтована на «тут-буття» (*Dasein*), яке передбачає локалізацію, місце «присутності» [Heidegger 1967]. Помітним автором просторового повороту став М. Фуко, який намітив траєкторію переходу від історії до географії і запропонував на місце теми часу поставити тему простору. Філософ пропонує «не просто наблизити простір та історію одне до одного, він вбачає можливим поміняти простір і час місцями, тобто вважати простір первинним відносно часу» [Ліпін 2017, с. 43]. Французький мислитель характеризує сучасну епоху як епоху простору тому, що кожен з нас знаходиться в певній локалізації, наше буття завжди топосне, конкретне. Відповідно людське існування аж ніяк не можна назвати неминучим і необхідним, або ж таким, що зумовлене надприродним. Усе життя людини – це сукупність конкретних тілесних стосунків, що визначають наше розміщення у просторі [Фуко 1967, с. 94–100].

Яскравим представником тілесного повороту був М. Мерло-Понті, варто зацентрувати увагу на його уточненні Гайдеггерівського «буття-тут» (*Dasein*) у світлі тілесної онтології. Мерло-Понті наголошує, що основні характеристики сприйняття виходять з особливостей людської тілесності, адже людське тіло являє собою присутність людини, позначаючи «центр» людського буття у світі. Метою його феноменології стало подолання метафізичної доктрини суб'єкта, який протистоїть об'єкту. У феномені тілесності відбувається подолання такого протистояння [Болтівець 2018].

У «парадигмі присутності» працює Х.У. Гумбрехт, який запропонував концепт «виробництва присутності». Соціальна дійсність розпадається на «культуру значень» і «культуру присутності», які утворюють дві парадигми сприйняття дійсності [Гумбрехт 2020]. Гумбрехт переконує, що Західний світ знаходиться під впливом культури значень, коли культура стала залежною від виробництва інтерпретацій, що породило ефект нескінчених меді-

аінтерпретацій та релятивізму. Тому культура кін. ХХ та поч. ХХІ ст. переорієнтовується на культуру присутності, робить акцент на предметності світу, на його просторовості, коли предметність є передумовою виробництва значень. Такий підхід відкрив можливість подолати дистанцію між свідомістю та світом і відкриває перспективу для розвитку постнекласичної філософії нового типу [Гумбрехт 2020; Шолуха 2012].

#### Вплив культурних поворотів на становлення сучасної медіареальності

Розглянуті основні повороти в культурі ХХ ст. дають нам можливість пояснити процеси конститування медіареальності, яку ми можемо досліджувати, враховуючи концептуальні здобутки філософії. Кардинальні зміни в уявленні про буття та його структуру, що стало можливим завдяки онтологічному повороту, дозволяє розвивати постнекласичну онтологію сучасної медіареальності. Її структура не лише включає в себе реальне, символічне, уявне та віртуальне буття, але дозволяє говорити про лінгвістичний, іконічний, комунікативний, просторово-тілесний, медіальний та нарративний виміри буття, без врахування специфіки яких неможливо досліджувати медіасферу. У свою чергу, лінгвістичний поворот дозволив не менш кардинально підійти до переосмислення ролі мови в комунікативній сфері. Мова не просто є формою медіа, не лише засобом трансляції інформації ЗМІ, вона повсюдно пронизує всі медіа, визначаючи не лише їх семантику, але й прагматику. Різні види медіа мають власні мови – способи побудови і трансляції значень. Вони розвиваються як соціальні конструкти, що визначаються правилами певних спільнот. Водночас мова ЗМІ є певною суспільною практикою, що зумовлює формування та трансляцію суспільного досвіду і засвоєння відповідних ментальних конструктів. Важливе місце в сучасній культурі посідає іконічний поворот, що суттєво вплинув на медіасферу. Основною потребою і характеристикою суспільних медіа є масове виробництво і споживання образів. А сам образ давно перетворився на універсалью, через яку людина сприймає дійсність. Сучасна культура стала іконічною, у ній панують зображення, які замінюють і навіть витісняють абстракції та тексти. Детермінуючи значення, образи формують мислення та уяву глядача, впливають на його бажання та образ життя. Медійно-символічний світ постає через образний, уявний та емоційний модули буття людини, які імітують та конституують реальність. Не менш важливими є досягнення комунікативного повороту, який дозволяє інтерпретувати комунікацію як носія

інформації та результат діяльності комунікативних спільнот, що визначають і встановлюють дискурси здатні конструювати соціальну реальність. Важливим для розуміння медіакомунікативних процесів є нарративний поворот. Він дає нам можливість тлумачити комунікацію та функціонування медіа як постійну нарацію – розповідання та споживання нарративів. Медіальний поворот, підсумовуючи попередні, перетворює всі культурні універсальності на медіа. Медіаторами стають не лише речі, явища культури та ЗМІ, саме людство стає творцем і споживачем медіа, що утворює сферу медійного буття. Особливе місце серед поворотів займає просторово-тілесний, який повертає до речей, до тіл та почуттів як до чогось справжнього. Якщо всі культурні універсальності (слова, образи, тексти, історії) віддаляють нас від нас, імітують і копіюють реальне, то повернення до тіла є поверненням до присутності в реальному. Якщо сучасна медіакомунікативна культура виробляє «культуру значень» – нескінченість інтерпретацій, знань, символів, копій то предметність світу і наша тілесність є передумовою і епіцентром «культури присутності» – в якій виявляються феномени зустрічі, дотику, ніжності та присутності, що повертають нас до нас самих і відкривають для нас справжнє буття [Філоненко 2018]

**Висновки.** Соціокультурні трансформації ХХ–ХХІ століть породили інтенсивні пошуки нових методологій осмислення змін в медіакомунікативній сфері. Вдалою новацією в цьому сенсі стали концепти «поворотів», введення яких у філософський та науковий обіг сприяло інтенсифікації досліджень сучасних соціокультурних процесів. Протягом ХХ–ХХІ ст. на передній план філософії та науки вийшли концепти онтологічного, іконічного, комунікативного, просторово-тілесного, медіального та нарративного поворотів. Вони застосували нові теоретичні парадигми і підходи, які зокрема започаткували концептуальні зміни сучасної гуманітаристики і надали методологічний інструментарій для аналізу комунікативної прагматики сучасної медіареальності у сфері журналістики. Якщо запропоновані поворотами культурні універсальності (слова, образи, тексти, історії) імітують і копіюють реальне, то повернення до тіла є поверненням до присутності в реальному. Сучасна медіакомунікативна культура виробляє «культуру значень» – нескінченість інтерпретацій, знань, символів, копій, предметність світу і наша тілесність є передумовою і епіцентром «культури присутності» – у якій стають можливими феномени зустрічі, дотику, ніжності та присутності, що повертають нас до нас самих і відкривають для нас справжнє буття.

#### Література

1. Баумейстер А. На шляху до автентичного буття: феноменологічна деструкція Аристотеля у раннього Гайдегера. *Sententiae*. 2013. № 1 (XXVIII). С. 63–75.
2. Баумейстер А. Онтологія як філософська дисципліна: український контекст. *Філософська думка*. 2013. № 5. С. 26–40.
3. Бельська Т.В., Лашкіна М.Г. Міждисциплінарний дискурс фактору конвергенції сучасного постмодерного світу: відображення у публічному комунікативному просторі під час війни в Україні. *Наукові перспективи: журнал*. 2023. № 5(35) 2023. С.16–31.

4. Болтівець С.І. Моріс Мерло-Понті. *Енциклопедія Сучасної України*. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. [Електронний ресурс]: <https://esu.com.ua/article-66621>
5. Брюховецька О.В. Візуальний поворот у культурі і культурології. *Культурологія: Могилянська школа: колективна монографія / наук. ред. та упоряд. М.А. Собуцький, Д.О. Король, Ю.В. Джулай; Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія»*. Київ. 2018. С. 130–165.
6. Гумбрехт Г.У. Продукування присутності. Що значення не може передати; [пер. з англ. Іван Іващенко]. Харків: IST Publishing, 2020. 192 с.
7. Гуссерль Е. Криза європейських наук і трансцендентальна феноменологія. Вступ до феноменологічної філософії. *Філософська думка*. 2002. № 3. С. 134–149.
8. Данканіч М.С. Ранній та пізній М. Гайдеггер: ключові ідеї «die Kehre». *Перспективи. Соціально-політичний журнал*. 2020. № 3. С. 4–9.
9. Сторова А.В. Теоретико-методологічні засади «нарративного повороту». *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Випуск 10*. 2013. С. 92–95.
10. Єрмоленко А. Комунікативна практична філософія. Підручник. Київ: Лібра, 1999. 488 с.
11. Загороднюк В. Філософія мови: модерн versus постмодерн. *Філософські обрії*. 2014. Вип. 31. С. 4–12. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Filo\\_2014\\_31\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Filo_2014_31_3)
12. Ільїна Г.В. Концепт «візуального повороту»: філософсько-методологічний аспект. *Гілея: науковий вісник*. 2017. Вип. 117. С. 114–116.
13. Ліпін М. «Просторовий поворот» на перехресті історії. *Вісник КНТЕУ*. 2017. № 2. С. 41–53.
14. Лісовий В.С. Гайдеггер Мартін. *Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс]; Редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський, М.Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2006. URL: <https://esu.com.ua/article-28229>*
15. Мартиненко О., Манчул Б. Прочитання лінгвістичного повороту в розрізі філософських ідей Л. Вітгенштайна. *Культурологічний альманах*. Вип. 3. 2022. 156–162.
16. Мозговий Л., Слабоуз В., Сущенко І. Лінгвістичний поворот та його роль для філософії та лінгвістики у кін. ХХ поч. ХХІ ст. *Вісник Донбаського державного педагогічного університету*. № 2 (11). 2019. С. 6–14.
17. Петренко О. Медіальний поворот у філософії. *Грані. Philosophy*. N 5 (121). Травень 2015. С. 98–102.
18. Пушонкова О.А. Європейська культурна самосвідомість зламу ХІХ–ХХ ст.: зміна парадигми. *Українські культурологічні студії : збірник наукових праць*. Київ, 2018. № 1 (2). С. 36–40.
19. Синиця А. Лінгвістичний поворот у філософії: критичний аналіз. *Схід*. 2017. № 2. С. 100–104. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid\\_2017\\_2\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2017_2_17)
20. Слюсар В.М., Христокін Г.В. Діалог без діалогу в медіадискурсі епохи постправди. *Contemporary International Relations: Topical Highlights of Theory and Practice. 2023: the Monograph / Edited by Yu. Voloshyn, N. Vasylyshyna*. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2023. P. 325–336. 487 p.
21. Сучасна філософія: конспект лекцій / укладач Т. Козинцева. Суми: Сумський державний університет, 2021. 73 с.
22. Філоненко О. Присутність Іншого і вдячність: контури євхаристійної антропології. Рівне: М. Дятлик, 2018. 352 с.
23. Фуко М. Проблеми методу: Інтерв'ю з Мішелем Фуко. Після філософії: кінець чи трансформація?; пер. з англ. / [упоряд.: К. Байнес та ін.] Київ: Четверта хвиля, 2000. 432 с.
24. Христокін Г. Культурні форми буття філософії: типологічний аспект. *Схід: аналітично-інформаційний журнал*. № 4 (136). Травень-червень 2015. С. 90–96.
25. Шелковникова З. Нарративний поворот у лінгвістиці. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. 2013. С. 195–200.
26. Шинкаренко О.В. Культурний поворот як запит до культурології. *Збірник наукових праць. «Українські культурологічні студії»*. 2018. № 1 (2). С. 55–58.
27. Шолуха Н.Є. Феноменологічні інтенції в концепції «виробництва присутності» Г.У. Гумбрехта як філософська основа досліджень культури повсякденності. *Філософія*. Випуск 28. 2012. С. 174–201. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/12490>
28. Bachmann-Medick D. Cultural Turns: A Matter of Management? ReThinking Management: Perspectives and Impacts of Cultural Turns and Beyond. Ed. by W. Kuepers, S. Sonnenburg, M. Zierold. Wiesbaden : Springer. 2017. P. 31–55.
29. Bergmann G. Strawson's Ontology. *The Journal of Philosophy*. 1960. Vol. 57, No. 19. P. 601–622.
30. Dondis D. Primer in Visual Literay. Cambridge, MA: MIT Press, 1973. 205 p.
31. Jameson F. The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983–1998. London & New York, Verso. 1998. 222 с.
32. Hacker P.M.S. Analytic Philosophy: Beyond the Linguistic Turn and Back Again. *The Analytic Turn: Analysis in Early Analytic Philosophy and Phenomenology; [Beaney M. (Ed.)]*. London: Routledge, 2007. P. 125–141.
33. Hartmann N. Zur Grundlegung der Ontologie. Berlin: De Gruyter, 1935.
34. Heidegger M. Über den Humanismus. Frankfurt. M.: Klostermann, 1975. S. 5–47.

35. Heidegger M. *Unterwegs zur Sprache*, Pfullingen, 1959. 269 s.
36. Heidegger M. *Sein und Zeit*. Max Niemeyer Verlag Tübingen, 1967. 450 s.
37. *Klassiker der Sprachphilosophie. Von Platon bis Noam Chomsky* / Hrsg. Tilman Borsche. München: C.H. Beck, 2002.
38. Kreisworth M. Narrative Turn. *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* : [Ed. by D. Herman et al. ]. London: Routledge, 2005. P. 377–382.
39. McLuhan M. *The Medium and the Messenger*. Cambridge : MIT Press, 1998.
40. Porter Abbot H. *The Cambridge Introduction to Narrative*. Cambridge University Press, 2008. 252 p.
41. *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*; Edited by David Herman, Manfred Jahn and Marie-Laure Ryan. Routledge Taylor and Francis Group. London and New York, 2008. 718 p.
42. Rorty R. *Metaphilosophical Difficulties of Linguistic Philosophy. The Linguistic Turn: Recent Essays in Philosophical Method*; [R. Rorty (Ed.)]. Chicago: University of Chicago Press, 1967. P. 1–39.
43. Williamson T. *Past the Linguistic Turn?*; in Leiter B. (Ed.). *The Future for Philosophy*. Oxford University Press, Oxford. 2004. pp. 106–128.
44. Wittgenstein L. *Philosophical investigations*. Hrsg.: G.E.M. Anscombe. Blackwell, Oxford 1953.

### References

1. Baumeister A. (2013) *Na shliakhu do avtentychnoho buttia: fenomenolohichna destruktsiia Arystotelia u rannoho Haidegera* [On the Way to Authentic Being: the Phenomenological Destruction of Aristotle in Early Heidegger]. *Sententiae*. № 1 (XXVIII). S. 63–75 [in Ukrainian].
2. Baumeister A. (2013) *Ontolohiia yak filosofska dystsyplina: ukrainskyi kontekst* [Ontology as a Philosophical Discipline: the Ukrainian Context]. *Filosofska dumka*. № 5. S. 26–40 [in Ukrainian].
3. Bielska T.V., Lashkina M.H. (2023) *Mizhdystsyplinarnyi dyskurs faktor konverhentsii suchasnoho postmodernoho svitu: vidobrazhennia u publichnomu komunikatyvnomu prostori pid chas viiny v Ukraini* [Interdisciplinary Discourse of the Convergence Factor of the Modern Postmodern World: Reflection in the Public Communicative Space during the War in Ukraine]. *Naukovi perspektyvy: zhurnal*. № 5(35) 2023. S. 16–31 [in Ukrainian].
4. Boltivets S. (2018) *Moris Merlo-Ponti* [Maurice Merleau-Ponty]. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy*. Kyiv: Instytut entsyklopedychnykh doslidzhen NAN Ukrainy. URL: <https://esu.com.ua/article-66621> [in Ukrainian].
5. Briukhovetska O. (2018) *Vizualnyi povorot u kulturi i kulturolohii* [Visual turn in culture and cultural studies]. *Kulturolohii: Mohylianska shkola: kolektyvna monohrafiia*. Kyiv. S. 130–165 [in Ukrainian].
6. Gumbrecht H. (2020) *Produktivnii prysutnosti. Shcho znachennia ne mozhe peredaty* [Production of presence. That value cannot convey]. Kharkiv: IST Publishing. 192 s. [in Ukrainian].
7. Husserl E. (2002) *Kryza yevropeiskykh nauk i transtsendentalna fenomenolohiia. Vstup do fenomenolohichnoi filosofii* [The Crisis of European Sciences and Transcendental Phenomenology. Introduction to Phenomenological Philosophy]. *Filosofska dumka*. № 3. S. 134–149 [in Ukrainian].
8. Dankanich M. (2020) *Rannii ta piznii M. Haidegger: kluchovi idei «die Kehre»* [Early and Late M. Heidegger: Key Ideas of «die Kehre»]. *Perspektyvy. Sotsialno-politychnyi zhurnal*. № 3. S. 4–9 [in Ukrainian].
9. Yehorova A. (2013) *Teoretyko-metodolohichni zasady «naratyvnoho povorotu»* [Theoretical and Methodological Principles of the «Narrative Turn»]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova*. Vypusk 10. S. 92–95 [in Ukrainian].
10. Yermolenko A. (1999) *Komunikatyvna praktychna filosofii* [Communicative Practical Philosophy]. *Pidruchnyk*. Kyiv: Libra, 488 s. [in Ukrainian].
11. Zahorodniuk V. (2014) *Filosofii movy: Modern versus Postmodern* [Philosophy of Language: Modern Versus Postmodern]. *Filosofski obrii*. № 31. S. 4–12 [in Ukrainian].
12. Ilina H. (2017) *Kontsept «vizualnoho povorotu»: filosofsko-metodolohichni aspekt* [The Concept of “visual turn”: a Philosophical and Methodological Aspect]. *Hileia: naukovi visnyk*. Vyp. 117. S. 114–116 [in Ukrainian].
13. Lipin M. (2017) *«Prostorovyi povorot» na perekhresti istorii* [«Spatial Turn» at the Crossroads of History]. *Visnyk KNTEU*. № 2. S. 41–53 [in Ukrainian].
14. Lisovyi V.S. (2006) *Haidegger Martin* [Martin Heidegger]. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy* [Elektronnyi resurs]. Kyiv: Instytut entsyklopedychnykh doslidzhen NAN Ukrainy. URL: <https://esu.com.ua/article-28229/> [in Ukrainian].
15. Martynenko O., Manchul B. (2022) *Prochytannia linhvistychnoho povorotu v rozrizi filosofskykh idei L. Vithenshtaina* [Reading the Linguistic Turn in Terms of L. Wittgenstein’s Philosophical Ideas]. *Kulturolohichniy almanakh*. Vyp. 3. 156–162 [in Ukrainian].
16. Mozhovi L. (2019) *Linhvistychnyi povorot ta yoho rol dlia filosofii ta linhvistyky. Sotsialno-filosofski problemy rozvytku liudyny i suspilstva* [Linguistic Turn and its Role for Philosophy and Linguistics in Cinema. Beginning of XX 21<sup>st</sup> Century]. № 2 (11). S. 6–14 [in Ukrainian].
17. Petrenko O. (2015) *Medialnyi povorot u filosofii* [Media turn in philosophy]. *Hrani. Philosophy*. N 5 (121). Traven. S. 98–102 [in Ukrainian].
18. Pushonkova O.A. (2018) *Yevropeiska kulturna svidomist zlamu XIX–XX st.: zmina paradyhmy*

[European Cultural Consciousness at the Turn of the 19<sup>th</sup>–20<sup>th</sup> Centuries: a Paradigm Shift]. *Zbirnyk naukovykh prats «Ukrainski kulturolohichni studii»*. S. 36–40 [in Ukrainian].

19. Synytsia A. (2017) Lihvistychnyi povorot u filosofii: krytychnyi analiz [The Linguistic Turn in Philosophy: a Critical Analysis]. *Skhid*. № 2. S. 100–104. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid\\_2017\\_2\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2017_2_17) [in Ukrainian].

20. Sliushar V.M., Khrystokin H.V. (2023) Dialoh bez dialohu v mediadyskursi epokhy postpravdy [Dialogue without Dialogue in the Media Discourse of the Post-Truth Era]. *Contemporary International Relations: Topical Highlights of Theory and Practice : the Monograph*. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., R. 325–336. 487 p. [in Ukrainian].

21. Suchasna filosofia [Modern Philosophy]. Konspekt lektzii; T. Kozyntseva. Sumy: Sumskyi derzhavnyi universytet, 2021. S. 73 [in Ukrainian].

22. Filonenko O. (2018) Prysutnist Inshoho i vdiachnist: kontury yevkharystiinoi antropologii [The Presence of the Other and Gratitude: Contours of Eucharistic Anthropology]. Rivne: M. Diatlyk. 352 s. [in Ukrainian].

23. Fuko M. (2000). Problemy metodu: Interviu z Mischelem Fuko [Problems of Method: An Interview with Michel Foucault]. *Pislia filosofii: kinets chy transformatsiia?* Kyiv: Chetverta khvyliia. 432 s. [in Ukrainian].

24. Khrystokin H. (2015) Kulturni formy buttia filosofii: typolohichni aspekt. *Skhid: analitychno-informatsiinyi zhurnal* [Cultural Forms of Philosophy: Typological Aspect]. № 4 (136). Traven-cherven. S. 90–96 [in Ukrainian].

25. Shelkovnykova Z. (2013) Naratyvnyi povorot u lihvistytsi [Narrative turn in linguistics]. *Lihvistyka XXI stolittia: novi doslidzhennia i perspektyvy*. S. 195–200 [in Ukrainian].

26. Shynkarenko O.V. (2018) Kulturnyi povorot yak zapyt do kulturolohii [The Cultural Turn as an Inquiry to Cultural Studies]. *Zbirnyk naukovykh prats «Ukrainski kulturolohichni studii»*. № 1 (2). C. 55–58 [in Ukrainian].

27. Sholukho N. (2012) Fenomenolohichni intentsii v kontseptsii «vyrobnytstva prysutnosti» H.U. Humbrekhta yak filosofska osnova doslidzen kultury povsiakdennosti [Phenomenological Intentions in H.U. Humbrecht's Concept of «Production of Presence» as a Philosophical Basis for Research into the Culture of Everyday Life]. *Filosofia*. Vypusk 28. C 174–201. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/12490> [in Ukrainian].

28. Bachmann-Medick D. (2017) Cultural Turns: A Matter of Management? ReThinking Management: Perspectives and Impacts of Cultural Turns and Beyond. Wiesbaden : Springer. P. 31–55 [in English].

29. Bergmann G. (1960) Strawson's Ontology. *The Journal of Philosophy*. Vol. 57. №. 19. P. 601–622 [in English].

30. Dondis D. (1973) *Primer in Visual Literay*. Cambridge, MA: MIT Press, 205 p. [in English].

31. Jameson F. (1998) *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, 1983–1998*. London & New York, Verso. 222 c. [in English].

32. Hacker P.M. (2007) *Analytic Philosophy: Beyond the Linguistic Turn and Back Again. The Analytic Turn: Analysis in Early Analytic Philosophy and Phenomenology*. London : Routledge, P. 125–141 [in English].

33. Hartmann N. (1935) *Zur Grundlegung der Ontologie*. Berlin: De Gruyter [in German].

34. Heidegger M. (1975) *Über den Humanismus*. Frankfurt. M.: Klostermann. S. 5–47 [in German].

35. Heidegger M. (1959) *Unterwegs zur Sprache*, Pfullingen. 269 s. [in German].

36. Heidegger M. (1967) *Sein und Zeit*. Max Niemeyer Verlag Tübingen. 450 s. [in German].

37. *Klassiker der Sprachphilosophie. Von Platon bis Noam Chomsky* (2002). München: C.H. Beck [in German].

38. Kreisworth M. (2005) Narrative Turn. *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. London: Routledge. P. 377–382 [in English].

39. McLuhan M. (1998) *The Medium and the Messenger*. Cambridge: MIT Press [in English].

40. Porter Abbot H. (2008) *The Cambridge Introduction to Narrative*. Cambridge University Press, 252 p. [in English].

41. *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* (2008). London and New York. 718 p. [in English].

42. Rorty R. (1967) *Metaphilosophical Difficulties of Linguistic Philosophy. The Linguistic Turn: Recent Essays in Philosophical Method*. Chicago: University of Chicago Press. P. 1–39 [in English].

43. Williamson T. (2004) *Past the Linguistic Turn?; The Future for Philosophy*. Oxford University Press, Oxford. pp. 106–128 [in English].

44. Wittgenstein L. (1953) *Philosophical investigations*. Hrsg.: G. E. M. Anscombe. Blackwell, Oxford [in English].

## THE CONCEPT OF A TURN IN CULTURE AND PHILOSOPHY OF THE 20<sup>TH</sup>–21<sup>ST</sup> CENTURIES: METHODOLOGICAL AND COMMUNICATIVE AND MEDIA ASPECTS

**Abstract.** The rapid development of the communicative sphere of modern society requires new methodological approaches for the understanding of modern cultural transformations. A significant contribution to the achievement of this goal was made by the philosophy of the 20<sup>th</sup>–21<sup>st</sup> centuries, an interesting methodological solution within which was the concept of «turn». It reflected the idea of radical socio-cultural and paradigmatic changes in society and thinking and became an important methodological tool for the study of transformations of cultural communications and social practices. The philosophy of the

20<sup>th</sup>–21<sup>st</sup> centuries developed as a series of such turns that conceptualized the importance of language, texts, images, media, and narratives in the constitution of culture. Each of the turning points initiated new approaches and paradigms of thinking, which made it possible to understand communicative and media transformations of modern culture and to develop a methodology for media philosophy research in the field of journalism. The purpose of the article is to consider conceptual turns in the philosophy and culture of the 20<sup>th</sup>–21<sup>st</sup> centuries, trace their typology, methodological and heuristic potential for understanding modern communication and media processes in the field of journalism.

The main tasks are to find out the origin and main features of turns in the culture of the 20<sup>th</sup>–21<sup>st</sup> centuries; trace their connection with the development of media philosophy; to highlight the turns that most noticeably influenced the formation of paradigms for understanding the latest transformations in the media and communication sphere; to find out the heuristic and methodological potential of turns for the study of modern communication and media processes, and in particular, the field of journalism.

Socio-cultural transformations of the 20<sup>th</sup>–21<sup>st</sup> centuries gave rise to intensive searches for new methodologies for understanding changes in the media-communicative sphere in general and in the sphere of journalism in particular. A successful innovation in this sense were the concepts of «turns», the introduction of which into the philosophical and scientific circulation contributed to the intensification of research into modern socio-cultural processes. During the 20<sup>th</sup>–21<sup>st</sup> centuries, the concepts of ontological, iconic, communicative, spatial-corporeal, medial and narrative turns came to the forefront of philosophy and media philosophy. They applied new theoretical paradigms and approaches, which, in particular, initiated conceptual changes in modern humanitarianism and provided a methodological toolkit for analyzing the communicative pragmatics of modern media reality. If the cultural universals (words, images, texts, stories) suggested by the turns imitate and copy the real, then the return to the body is a return to presence in the real. If the modern media-communicative culture produces a «culture of meanings» – an infinity of interpretations, meanings, knowledge, symbols, copies, then the objectivity of the world and our physicality becomes the prerequisite and epicenter of the «culture of presence» – in which the phenomena of meeting, touch, tenderness and presence are important, which bring us back to ourselves and reveal our true being.

**Keywords:** media philosophy, concept of cultural turn, ontological turn, linguistic turn, iconic turn, communicative turn, medial turn, narrative turn, media, research in the field of journalism.

© Христокін Г., 2023 р.; © Васильченко В., 2023 р.; © Лашкіна М., 2023 р.

**Геннадій Христокін** – доктор філософських наук, професор, професор кафедри реклами і зв'язків з громадськістю Національного авіаційного університету, Київ, Україна; [xristokingena@gmail.com](mailto:xristokingena@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0002-2663-3055>

**Hennadiy Khrystokin** – Doctor of Philosophy, Professor, Professor of the Department of Advertising and Public Relations, National Aviation University, Kyiv, Ukraine; [xristokingena@gmail.com](mailto:xristokingena@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0002-2663-3055>

**В'ячеслав Васильченко** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики Національного авіаційного університету, Київ, Україна; [vasylchenko2012@ukr.net](mailto:vasylchenko2012@ukr.net); <https://orcid.org/0000-0002-7470-2879>

**Vyacheslav Vasylchenko** – Candidate of Philology, Associate Professor, Head of the Journalism Department of the National Aviation University, Kyiv, Ukraine; [vasylchenko2012@ukr.net](mailto:vasylchenko2012@ukr.net); <https://orcid.org/0000-0002-7470-2879>

**Марія Лашкіна** – психолог-конфліктолог, кандидат наук з державного управління, доцент кафедри реклами і зв'язків з громадськістю, факультет міжнародних відносин, Національний авіаційний університет, Київ, Україна; [maria.lashkina@gmail.com](mailto:maria.lashkina@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0002-8331-1853>

**Maria Lashkina** – psychologist-conflictologist, PhD in Public Administration, Associate Professor of the Department of Advertising and Public Relations, Faculty of International Relations, National Aviation University, Kyiv, Ukraine; [maria.lashkina@gmail.com](mailto:maria.lashkina@gmail.com); <https://orcid.org/0000-0002-8331-1853>