

6. MacDonald L. *The Invisible Art of Film Music : A Comprehensive History*, Plymouth: Scarecrow Press, Inc., 2013. 452 p.
7. Marks, M. M. *Music and the Silent Film: Contexts and Case Studies, 1895–1924*. New York : Oxford University Press, 1997. 320 p.
8. Schulte S. *The Use of Music in the Cinematic Experience*. (2019). Mahurin Honors College Capstone Experience/Thesis Projects. Paper 780. 48 p. URL: https://digitalcommons.wku.edu/stu_hon_theses/780 (data zvernennia: 20.10.2024).
9. *The Essential Reference Guide for Filmmakers*. Rochester : Eastman Kodak, 2007. 214 p.
10. Wierzbicki J. *Film Music: A History*. New York : Routledge, 2009. 340 p.

UDC: 778.5:78.071.1+78.036

THE IMPACT OF MUSIC PRODUCTION ON THE DEVELOPMENT OF THE FILM INDUSTRY IN THE 1920–1930 s

Mykola Pavlov – Senior Lecturer at the Department of Music Production and Sound Engineering
National Academy of Culture and Arts Management (Kyiv).

The article is dedicated to the influence of music production on the development of genre, technological, and stylistic features of cinema during the transition from silent to sound films in the 1920–1930 s. The purpose of the article is to investigate the role of technological advancements in music production in transforming cinema, particularly its contribution to the emergence of new genres, such as the musical film. The research methodology involves the analysis of historical, technological, and cultural sources that highlight the integration of music and sound effects into cinematic practice, utilizing an interdisciplinary approach. The scientific novelty of the research lies in conducting a comprehensive analysis of how advancements in sound recording technologies and the introduction of film music shaped the audiovisual language of cinema. The study concludes that music production played a key role in synthesizing technical, aesthetic, and narrative solutions in cinema, transforming it into a more dynamic and expressive art form. Technological innovations, such as playback, post-synchronization, and sound design, not only redefined the structure of film narratives but also expanded the emotional potential of audiovisual art. The prospects for further research include exploring the interdisciplinary role of music production in creative industries, as well as its impact on animation, theater, multimedia, and modern audiovisual production technologies. Moreover, future studies could examine the collaboration between artists and engineers that led to technological breakthroughs, reshaping the cultural and aesthetic landscape of contemporary media.

Key words: music production, film industry, film music, sound cinema, musical film, audiovisual technologies, creative industries.

Надійшла до редакції 25.03.2024 p.

УДК 130.2:111.32]:004

РЕМЕЙК У ЦИФРОВУ ЕПОХУ. ТРАНСФОРМАЦІЯ ЛЮДИНИ І ОСОБИСТОСТІ

Наталія Шевченко – аспірантка кафедри філософської антропології,
філософії культури та культурології Навчально-наукового інституту філософії
та освітньої політики, Український державний університет ім. М. Драгоманова. Київ
<https://orcid.org/0000-0002-0281-8872>
DOI: https://doi.org/20ffs_n.v.shevchenko@std.npu.edu.ua

Досліджується поняття ремейку як трансформативної стратегії в сучасному мистецтві. Колаборація митця та штучного інтелекту, який є новим інструментом генеративної творчості цифрової епохи, створює неповоротні зміни в мистецтві й актуалізує питання інтелектуальної власності, автентичності та культурного присвоєння. Ремейк розглядається ширше та переосмислюється як трансформативна технологія, що включається у створення цифрової ідентичності людини у віртуальному просторі. Аналізується феномен цифрової копії особистості, використання якої в медіасередовищі приводить до невизначених наслідків.

Ключові слова: ремейк, трансформація, штучний інтелект, ідентичність, трансгуманізм, цифрова копія, віртуальний простір.

Постановка проблеми. Початок ХХІ століття для людства ознаменувався «Великим переходом» або початком Четвертої промислової революції, примітними ознаками якої стали стрімкий розвиток технологій обробки інформації, дифузія фізичного та цифрового середовища, переміщення духовного простору та всього життєвого світу індивіда в загальний інтегративний віртуальний простір – всесвітню мережу Інтернет. Актуалізується проблема ідентичності людини в цифровому середовищі, завдяки можливостям якого (анонімність, мультифункціональність) індивід може створювати множинні цифрові ідентичності в ньому. Зі зміною комунікативного простору з фізичного на віртуальний, постають питання легітимації цифрової ідентичності та електронної копії індивіда. Комп'ютерні технології штучного інтелекту не залишаються осторонь і спричиняють вибухові досягнення, зокрема в галузі мистецтва. Здатність нейромереж до навчання постійно вдосконалюється, що приводить до творчої колаборації митців з ШІ.

Мета статті – дослідження трансформативної стратегії ремейку в контексті цифрової епохи. Аналіз впливу зміни середовища побутування індивіда з фізичного до віртуального простору на трансформацію його ідентичності. Дослідження та визначення імітаційної складової машинної творчості ШІ, що постає цікавим стереотипізованим видом творчості, проте нездатним до створення власне *нового*.

Вклад основного матеріалу дослідження. Поняття ремейку є запозиченим англіцизмом, значення якого розкривається в перекладі терміну: з англ. «re» («пере-») – префікс, що означає зворотну, поворотну дію, та «make» – робити, створювати, що разом можна розтлумачити як процес перетворення, перероблення, переосмислення, а також як відображення результату цього процесу. Енциклопедія «Britannica» визначає термін «ремейк» як явище перероблення, перестворення та процес *трансформації*: «створювати нову або іншу версію чогось» [9].

Таким чином, ремейк постає як *явище* перетворення та *процес* трансформації. Ремейк із початку ХХ с. виник як технологія перейомки та кіножанр, що став провісником зародження популярної культури. Кінематограф становив на той час новий вид мистецтва та особливий атракціон, викликавши шалений попит на кіновидовища у публіки. Виникла потреба у «конвеєрному» створенні великої кількості кінофільмів, що вписувалися б у зрозумілі публіці шаблони (формульні жанри). Такі твори доносили класичні сюжети, образи та тексти адекватною масовій аудиторії мовою, одночасно оновлюючи їх, частково перетворюючи, варіюючи або доповнюючи сюжети актуальними подіями. Ремейк поширюється згодом у літературі, а також у популярній музиці, переходить із категорії жанру в творчий метод, творчу стратегію митців у різних видах мистецтва. Він стає предметом дослідження теоретиків культури, кінематографа, літературних критиків тощо [19]. На тлі історичних, соціально-політичних зрушень ХХ ст. виникають масштабні світоглядні зміни в культурі, спричинені поваленням підвалин, на яких ґрунтувалися гуманістичні ідеали Бога, людини, автора тощо. В мистецтві Постмодернізму творча новизна стає не обов'язковим атрибутом творчості в доробку митців переважають тенденції повернення до традицій, культурного надбання минулого, їх актуалізація, переосмислення тощо. Ремейк як трансформативна стратегія, що присутній як у масовій, так і елітарній культурі, набуває ігрового, комбінаторного характеру. Примітними особливостями цього періоду стають різноманітні запозичення, інтерпретації, посилення, інтертекстуальні елементи, подвійне кодування, колаж, пародіювання, іронія, що об'єднуються процесом трансформації попереднього матеріалу та становлять зростаючий перелік аспектів ремейку як трансформативної стратегії творчості. Мистецтво ХХ ст. перетворюється на поліфонічне сплетіння багатьох голосів та ідей з минулого та сьогодення: «будь-який текст стає не лінійним ланцюжком слів, а зітканням інших текстів, цитат, посилань, відзвуків із тисяч культурних джерел, що разом становлять стереофонію інтертекстуальності, численне поєднання анонімних, невловимих і водночас уже читаних цитат, що разом є мовою культури» [6; 160]. Такі поєднання, симбіози та дифузії призводять до поширення гібридних, вторинних текстів, гіпертекстів, зокрема, у віртуальному просторі всесвітньої мережі.

Із переходом життєвого простору суспільства у цифровий вимір, коли щоденний досвід індивіда підпорядковується певним алгоритмам, на сцену виходить новий актор творчості в цифровому форматі – штучний інтелект, створена людиною комп'ютерна технологія, яка вчиться імітувати роботу людського мозку, що кардинально змінює природу творчості та сприйняття результатів такої діяльності публікою. З початку 2010-х рр. потужність комп'ютерів дозволяє поєднувати великі дані (Big Data) з методами глибокого навчання (Deep Learning), що базуються на роботі неймереж. Використання ШІ у мистецтві стає революційним зламом у природі художньої творчості та надає митцям унікальні способи створення художніх творів, відкриваючи нові межі у творчій колаборації людини та машини.

Наразі перелік навичок ШІ достатньо вражаючий, крім того, ці навички постійно вдосконалюються:

- неймережі або генеративні алгоритми аналізують увесь накопичений у великих базах даних людський досвід, включаючи оцифровані колекції предметів мистецтва, створюючи на їх основі нові культурні об'єкти (зображення, музику, тексти). ШІ здатний розпізнавати, адаптувати та комбінувати стилі різних митців та епох, що дозволяє створювати твори мистецтва, які включають широкий спектр культурних впливів, наприклад, у живописі – від стародавніх мотивів до сучасних міських графіті;

- сучасні митці використовують ШІ як інструмент для розширення свого творчого потенціалу, експериментуючи з новими формами та техніками;

- ШІ трансформує традиційні форми мистецтва, вносить актуальну новизну та пропонує нові підходи до створення та презентації таких робіт, відіграючи певну роль у збереженні або відновленні культурної спадщини. Цифрове відтворення традиційних форм мистецтва гарантує захист арт-об'єктів, мистецьких практик, що перебувають під загрозою зникнення, зберігаючи їхнє культурне значення для майбутніх поколінь;

– мистецтво III знаходиться на перетині технологій і творчості, впливаючи на культурну ідентичність. III надає митцям платформу для дослідження власної культурної ідентичності та висловлення своїх унікальних точок зору. Митці використовують особистий досвід і елементи культурної спадщини, створюючи твори, які резонують з аудиторією різного походження;

– колаборація III з митцем впливає на те, як культурна ідентичність виражається та сприймається. Інтеграція III в творчі процеси призводить до нових форм культурного вираження, поєднуючи традиційні та сучасні елементи. Ця еволюція відображає динамічний та гібридний характер сучасних культурних ідентичностей.

Сфера досліджень поняття ідентичності актуалізується з переходом життєвого укладу суспільства в цифровий простір. Проблема ідентичності постає актуальним питанням сьогодення, що спирається на ідеї культурології, філософії, соціології, антропології та медіа, які пояснюють складну та динамічну природу ідентичності. Культурологічні дослідження вивчають як формуються та виражаються соціальні ідентичності, такі як раса, стать, клас тощо, як впливають культурні норми, репрезентації засобів масової інформації та соціальних структур на індивідуальні і колективні ідентичності тощо.

Із настанням цифрової епохи або як її ще називають, інформаційної ери [29; 1980], Інтернет стає всепоглинаючим середовищем, що охоплює всі аспекти життєдіяльності індивіда, стаючи його засобом навчання, праці, розваг, комунікацій тощо. Віртуальний простір всесвітньої мережі стає місцем формування світогляду, таких його складових як світосприйняття, світорозуміння та світовідчуття, розширюючи уявлення про соціокультурну різноманітність та задовольняючи більшість соціальних функцій: інформаційну, комунікаційну, репрезентативну, психотерапевтичну тощо. Розвиток інтерактивних соціальних платформ та відкритість світового інформаційного простору змінюють культуру комунікації індивідів, традиційні механізми соціалізації та ідентичність людини в цілому. Під впливом глобального впровадження цифрових технологій виникає цифрова ідентичність, що спричинює ефект подвійної присутності індивіда одночасно фізично – в реальному світі, та в гіперреальності – як цифрової особистості, що відображає бажане або уявне реальної людини в мережі.

Віртуальне середовище впливає та змінює особистість індивіда, генеруючи нові культурні цінності у віртуальних спільнотах. Із точки зору психології, дослідники [4; 8] вважають, що всесвітня мережа дозволяє індивіду створювати безліч віртуальних персонажів – власних копій, певних субособистостей, сукупні здібності яких можуть перевершувати можливості та різноманітність досвіду даного окремого індивіда в реальному світі. Ж. Бодріяр, видатний французький філософ, теоретик культури і соціолог, широко досліджував поняття ідентичності та впливу симулякрів на суспільство. Він стверджував, що в постмодерновому світі реальність замінюється «симулякрами» – символами, образами і знаками, які не пов'язані з дійсністю та є уявними [1]. Цифрова ідентичність індивіда конструюється через символи та образи, не ґрунтуючись на об'єктивній реальності. За Ж. Бодріяром, значна частина постмодернної культури складається з симулякрів, що створюють «гіперреальність» – віртуальний простір, керований споживачтвом та видовищем, де зникає межа між реальним та вигаданим. Медіа, технології та реклама домінують у сприйнятті реальності індивідами, створюючи імітований світ, який виглядає більш реальним і привабливим, ніж справжня реальність: наприклад, ретельно відібрані миттєвості життя, представлені в соціальних мережових спільнотах не відображають буденність індивіда, проте здаються більш значущими для інших учасників таких спільнот, що намагаються повторити або перевершити такий досвід. Крім того, ідеалізовані уявлення про реальність, представлені в медіа, у кінофільмах, на телебаченні, в рекламі тощо, не можуть зрівнятися з щоденним життєвим досвідом індивіда, створюючи певні ілюзії в нього. Згідно з Ж. Бодріяром, суспільство переймається взаємодією з цими «сфабрикованими» уявленнями, які починають визначати, опосередковувати та конструювати світогляд індивідів.

Наступним питанням постає автентичність та узгодження індивіда з самим собою у віртуальному просторі. За загальним визначенням, цифрова ідентичність є сукупною інформацією про індивіда у всесвітній мережі і складає його віртуальний образ як користувача певних ресурсів з набором відомостей та цінностей, які він транслює [21]. Ідентичність індивіда складається в певних умовах фізичного середовища з соціалізацією та набуттям життєвого досвіду. Натомість, віртуальний простір перетворюється на сховище або продовження колективної свідомості, охоплюючи увесь спектр емоційних й інтелектуальних проявів соціуму, розширюючи мережі просторово-часового виміру взаємодії індивідів. Обмеженість сенсорного контакту впливає на їхню поведінку в мережі: комунікація за відсутності фізичної присутності, сенсорного контакту породжує низку виборів, які приймає кожен індивід самостійно – залишитися самим собою, комунікувати від імені дискретної частини своєї цілісності, прийняти вигадані чи бажані ідентичності, або залишитися анонімом. Таке різноманіття виборів дає можливість створювати множинні ідентичності, що є неможливим при фізичному спілкування, присутності індивіда в фізичному середовищі комунікації. В безлічі відвіданих

віртуальних спільнотах індивід може приймати вигляд та риси будь-якого аватара¹, людини, тварини, робота, машини, втілюючи себе у різних ролях.

Описуючи поведінку індивідів у мережі Інтернет, науковці [27] розглядають цифрове середовище як новий гібридний простір, що утворюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій в результаті інтегративного поєднання реальної та віртуальної сфер життя індивіда. Таким чином, індивід розгалужує свою особистість, створюючи власну цифрову копію з бажаним набором компетенцій та навичок, і стає присутнім двічі в просторово-часовому континуумі – в реальному та цифровому середовищах. Такі зрушення впливають на сприйняття себе, адже індивід наповнює свій цифровий профіль бажаними вибірковими аспектами, висвітлюючи ті чи інші риси, проживаючи таким чином два різних життя – віртуальне та реальне. Виникає ціннісно-смысловий перехід у різних вимірах – внутрішнього у зовнішнє, приватного у публічне, індивідуального у масове тощо.

Нарешті, цифрове середовище розвивається і впроваджується настільки глибоко в суспільстві, що набуває ознак самостійності та починає впливати на життя індивіда у зворотному напрямі: наприклад, якщо індивід має неабияку медійну популярність, його реальне життя стає залежним від створеного ним віртуального образу та очікувань аудиторії, що спонукає його формувати свою ідентичність у залежності від публічних уявлень. Таким чином відбувається дифузія особистості реальної та віртуальної, де конструювання цифрової ідентичності залежить як від реальної особистості індивіда, так і від аудиторії, що знаходиться під впливом ідеального образу індивіда в мережі.

Сучасний період характеризується прагненням до розвитку, прогресу у всіх галузях життєдіяльності індивіда, трансформативні тенденції зазіхають на фізико-біологічні та когнітивні показники людини, що створює підґрунтя для розвитку концептів трансгуманізму та постгуманізму. Ще в Просвітництві видатні його представники ставили питання необхідності суцільного вдосконалення фізичних, моральних та інтелектуальних здібностей індивіда в контексті загального прогресу [3; 259]. В той час змінювалося мислення, коли індивід усвідомив власну відповідальність за себе, своє буття та своє майбутнє не покладаючись на вищих ієрархів. Він поставив себе в центр своєї мети та успіху за рахунок власних сил, знань, наукових методів та технологій тощо [24; 4].

Поняття трансгуманізму вперше застосував англійський біолог-еволюціоніст, гуманіст, перший директор і один із засновників ЮНЕСКО Дж. Гакслі наприкінці 1950-х рр. у своїх працях [20; 11]. Він розкривав поняття трансгуманізму через перехід людини, індивіда на іншу ланку еволюції, завдяки вдосконаленню своїх характеристик за допомогою науки та технологій. Широкого використання це поняття набуло пізніше з розвитком нанотехнологій та біомедицини. Англійський філософ і футуролог М. Мор описує його як «вихід людини за межі своїх морфологічних ознак» [24]. Проекти глибокої модифікації індивіда підтримуються керівниками основних суб'єктів нової економіки спільного споживання – найбільш впливовими світовими техногігантами GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon). Футурологи (Fukuyama, Sandel, Habermas) вже розмірковують над можливими вадами цієї концепції соціального, культурного, політичного, економічного та етичного характеру: еволюція, що веде до глобалізації, орієнтованої на індивіда нового типу, наділеного здібностями, що перевершують фізичні та когнітивні межі людини як біологічного виду, потребує вирішення питання про місце і роль традиційних інституцій і регуляторів, якими є держава та її установи. Це вимагає від державних діячів якнайшвидшого розуміння перспектив розвитку таких технологій та впровадження розумного регулювання, щоб уникнути негативних наслідків.

Трансгуманізм, передбачаючи фізичне вдосконалення або трансформацію індивіда, уможливує світогляд, заснований на уявленні, що еволюція людини є не завершеною і може бути продовжена у майбутньому. Еволюційний розвиток має призвести до становлення постлюдини – гіпотетичної стадії еволюції людського виду, будова та можливості якої стали б відмінними від сучасних людських у результаті активного використання передових технологій перетворення людини та дифузії людини з машиною.

Наступним концептом XXI ст. постає постгуманізм. Теоретики проголошують «кінцеву деконструкцію людини» [13], за якої людина більше не стоїть у центрі всесвіту, створюючи переоцінку її домінуючого положення та суб'єктності. Вперше постгуманізм як нове явище описує єгипетсько-американський теоретик літератури І. Хассан у 1977 р. у своїй праці «Прометей як виконавець: на шляху до постгуманістичної культури?» [18]. Він проблематизує людину та її місце в мінливому світі, ставлячи питання на кшталт: «Що таке бути людиною у XXI столітті? Де межа між людським та не-людським?» тощо. Відповіді на ці питання потрібні задля ліпшої адаптації до майбутнього, що стрімко наближається. В значній мірі постгуманізм направлений на критику людини та її діяльності, яка є впливовим фактором кліматичних, геологічних та екологічних змін. Тому панування штучного інтелекту має урівняти людину в правах з іншими представниками навколишнього світу, ба більше – лунають не поодинокі ідеї щодо поєднання людини з машиною, з комп'ютером, іншими гаджетами; оцифрування головного мозку людини, її свідомості тощо.

Усі ці питання вже зараз викликають занепокоєння в суспільстві, адже навіть видатний американський винахідник І. Маск закликає уряди до превентивного контролю над подібними експериментами, бо «точку неповернення» не визначено [28]; він наголошує на майбутній деактуалізації «звичайних» людей та спонукає індивідів до симбіозу з комп'ютером або іншими гаджетами в майбутню епоху панування штучного інтелекту [22].

Концепція трансгуманізму розглядає можливості трансформації та вдосконалення людини за своїми фізичними та психічними показниками. Англійський філософ і футуролог М. Мор [24] вважає, що трансгуманізм – це процес постійного вдосконалення, покращення хаотичного задуму природи, що зовсім не є гарантією виключно досконалих технологічних рішень, створення більше морфологічної свободи, ніж механізації тіла. Постає питання ідентичності в трансгуманізмі – ким буде себе вважати, які цінності буде сповідувати трансформований, вдосконалений індивід? В рамках цифровізації компанія Google веде оцифрування мозку людини та його відтворення на комп'ютері, створюючи таким чином запасні копії особистості. Хто буде володарем цифрових двійників та як він ними буде розпоряджатися? Які цінності вони нестинуть в суспільство?

З'являється все більше технологічних сервісів, що дозволяють створити цифрову копію людини, яка перевершує фізичні можливості реального індивіда за певними параметрами. Наприклад, стартапи, де можна спілкуватися з цифровими копіями відомих людей (Doppl), завдяки клонуванню голосу (Murf, Lovo.ai), миттєво перекладати контент на будь-яку мову світу (HejGenLabs), аналізувати цифровий відбиток (Brand Yourself), відбирати ідеї для контенту (Jasper.ai), змінювати візуальний контекст (Midjourney), замінювати скриптора або аналітика (ChatGPT) тощо. На сьогодні будь-хто може створити цифрових двійників медійних персон та управляти ними, що надає необмежені можливості не лише представникам бізнесу і креаторам, а й медіаресурсам, політикам, терористам використовувати їх у власних цілях тощо. Виникає загроза підміни та маніпуляцій, що дозволяють помістити цифрового двійника у будь-який візуальний контекст та поширити від його імені будь-які заяви. Інструментальні можливості неймереж наразі дозволяють використовувати людські образи покійних кінозірок, «оживляючи» їх для створення нових кінофільмів та реклами. Проте, етичний аспект подібних маніпуляцій залишається невирішеним.

Висновки. Завдяки прогресивному розвитку цифрових технологій вдосконалюються умови для трансформації людини та людської свідомості, розширюються межі людських можливостей, зокрема у створенні віртуальних ідентичностей, віртуальний простір набуває реальної ваги та може стати як загрозою, так і допомогою людству, змінюючи та моделюючи фізичне буття суспільства й індивіда. Взаємопроникнення інноваційних технологій в життя індивіда тоталізується, охоплюючи все більше сфер його діяльності, що породжує якісно нове суспільство, підводячи людство до кардинальних змін у всіх сферах свого буття. Прогнозування провідними футурологами та винахідниками технологічних проривів в галузях роботизації, біотехнологій, нанотехнологій та штучного інтелекту (NBIC) у найближчому майбутньому припускає приголомшливу трансформацію людини, яка уможливить вдосконалення як фізичних, так й інтелектуальних якостей індивіда, що в першу чергу, дозволить повернути втрачені тілесні функції, а в майбутньому – вдосконалити розумові здібності, вміння й навички.

Ремейк як творчий метод трансформації фактично виступає засобом культурного та цифрового безсмертя як для культурної спадщини, так і для індивіда, адже передбачає створення та збереження як нескінченної кількості варіантів та оновлень художніх творів в галузі мистецтва, так і власне самого індивіда у вигляді цифрової копії його особистості, що зберігаються на носіях інформації. Цифрове мистецтво знищує межі між реальністю та віртуальністю, надаючи нові форми для дослідження та самовираження митцям. Колаборація людини та ШІ створює нові форми культурних проявів, які неодмінно вплинуть на мистецтво майбутнього. Питання інтелектуальної власності, автентичності та культурного присвоєння в творчості ШІ постають перед теоретиками культури вже сьогодні.

Примітки:

¹Аватар (із санскр. букв. – сходження; втілення Бога в образі людини) – зображення, що використовується для персоналізації користувача різноманітних мережевих сервісів, наприклад, месенджерів, форумів, чатів, порталів, блогів, соціальних мереж тощо.

Список використаної літератури

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Київ, 2004. 230 с.
2. Велика українська енциклопедія. Київ, 2016. У 30 т. Т. 1. 592 с.
3. Кондорсе Ж. / Юридична енциклопедія. У 6 т. Т. 3. Київ, 2001. С. 259. URL: <https://leksika.com.ua/19240107/legal/kondorse>.
4. Немеш О. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту. Київ, 2017. 391 с.
5. Русаков С., Шевченко Н. Ремейк в середовищі нових медіа. Cultural and Artistic Practices: World and Ukrainian Context: Scientific Monograph. Riga, 2023. С. 468-484.

6. Barthes R. From Work to Text. *Image Music*. IL, 1977. 226 p.
7. Blackford R., Bostrom N., Dupuy J.-P., Grassie W. H+/-: Transhumanism and Its Critics / Ed. By Hansell G. and Grassie W. NY, 2011. 278 p.
8. Bostrom N. Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies. Oxford University Press, 2014. 352 p.
9. Britannica Dictionary. URL: <https://www.britannica.com/dictionary/remake?form=MG0AV3>
10. Dyer H., Abidin C. Understanding Identity and Platform Cultures. In W. Housley, A. Edwards, R. Beneito-Montagut, & R. Fitzgerald (Eds.), *The SAGE handbook of digital society*. UK, 2022. P. 170-187.
11. Echesony G. (2024). Impact of Social Media on Cultural Identity in Urban Youth. *American Journal of Arts, Social and Humanity Studies*. #4(2). P. 1–11. <https://doi.org/10.47672/ajashs.2354>.
12. Eco U. *The Limits of Interpretation*. Indiana University Press, 1991. 304 p.
13. Ferrando F. Philosophical Posthumanism (Theory in the New Humanities). *Bloomsbury Academic*, 2020. 296 p.
14. Freeman G., Maloney D. Body, Avatar, and Me: The Presentation and Perception of Self in Social Virtual Reality. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.* 4, CSCW3, Article 239 (December 2020). 27 p. <https://doi.org/10.1145/3432938>.
15. Fukuyama F. *Our Posthuman Future: Consequences of the Biotechnology Revolution*. New York, 2002. 272 p.
16. Jameson F. Postmodernism: The Culture of Late Capitalism. *New Left Review*. № 146. 1984. P. 53-92.
17. Habermas J. *The Future of Human Nature*. Cambridge, 2003. 127 p.
18. Hassan I. Prometheus as Performer: Toward a Posthumanist Culture / *Georgia Review*, Vol. 31, No. 4 (Winter 1977). P. 830-850.
19. Hutcheon L. *A Theory of Parody*. London, 1985. 152 p.
20. Huxley J. *New Bottles for New Wine*. London, 1957. 318 p.
21. Kay A. Erikson Online: Identity and Pseudospeciation in the Internet Age. *Identity, An International Journal of Theory and Research*, Vol.18, Issue 4 «Fifty Years Since «Identity: Youth and Crisis»: A Renewed Look at Erikson's Writings on Identity», 2018. P. 264-273. DOI:10.1080/15283488.2018.1523732.
22. Kharpal A. Elon Musk: Humans Must Merge with Machines or Become Irrelevant in AI Age. *CNBC, Tech Transformers*. 13 February 2017. URL: <https://www.cnb.com/2017/02/13/elon-musk-humans-merge-machines-cyborg-artificial-intelligence-robots.html>.
23. Leitch T. *The Oxford Handbook of Adaptation Studies*. Oxford University Press, 2017. 784 p.
24. More M. *The Philosophy of Transhumanism. The Transhumanist Reader: Classical and Contemporary Essays on the Science, Technology, and Philosophy of the Human Future*. New Jersey, 2013. 480 p.
25. Sandel M. *The Case against Perfection. Ethics in the Age of Genetic Engineering*. Cambridge, 2009. 176 p.
26. Schwab K. *Fourth Industrial Revolution*. New York, 2017. 192 p.
27. Suler J. *Psychology of the Digital Age: Humans Become Electric*. Cambridge University Press, 2015. 475 p.
28. Taplin J. *The End of Reality: How the Billionaires are Selling a Fantasy Future of the Metaverse, Mars and Crypto*. New York, 2023. 368 p.
29. Toffler A. *The Third Wave*. New York, 1984. 560 p.

References

1. Barthes R. From Work to. *Image Music Text*. IL, 1977. 226 p.
2. Baudrillard J. *Symulyakry i symulyaciya*. [Simulacra and simulations]. Kyiv, 2004. 230 p. [in Ukrainian].
3. Blackford R., Bostrom N., Dupuy J.-P., Grassie W. H+/-: Transhumanism and Its Critics / Ed. By Hansell G. and Grassie W. NY, 2011. 278 p.
4. Bostrom N. Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies. Oxford University Press, 2014. 352 p.
5. Britannica Dictionary. URL: <https://www.britannica.com/dictionary/remake?form=MG0AV3>
6. Dyer H., Abidin C. Understanding Identity and Platform Cultures. In W. Housley, A. Edwards, R. Beneito-Montagut, & R. Fitzgerald (Eds.), *The SAGE handbook of digital society*. UK, 2022. Pp. 170-187.
7. Echesony, G. (2024). Impact of Social Media on Cultural Identity in Urban Youth. *American Journal of Arts, Social and Humanity Studies*. #4(2) Pp. 1–11. <https://doi.org/10.47672/ajashs.2354>
8. Eco U. *The Limits of Interpretation*. Indiana University Press, 1991. 304 p.
9. Ferrando F. Philosophical Posthumanism (Theory in the New Humanities). *Bloomsbury Academic*, 2020. 296 p.
10. Freeman G., Maloney D. Body, Avatar, and Me: The Presentation and Perception of Self in Social Virtual Reality. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.* 4, CSCW3, Article 239 (December 2020). 27 p. <https://doi.org/10.1145/3432938>
11. Fukuyama F. *Our Posthuman Future: Consequences of the Biotechnology Revolution*. New York, 2002. 272 p.
12. Jameson F. Postmodernism: The Culture of Late Capitalism. *New Left Review*. № 146. 1984. P. 53-92.
13. Habermas J. *The Future of Human Nature*. Cambridge, 2003. 127 p.
14. Hassan I. Prometheus as Performer: Toward a Posthumanist Culture / *Georgia Review*, Vol. 31, No. 4 (Winter 1977). Pp. 830-850.
15. Hutcheon L. *A Theory of Parody*. London, 1985. 152 p.
16. Huxley J. *New Bottles for New Wine*. London, 1957. 318 p.
17. Kay A. Erikson Online: Identity and Pseudospeciation in the Internet Age. *Identity, An International Journal of Theory and Research*, Vol.18, Issue 4 «Fifty Years Since “Identity: Youth and Crisis”: A Renewed Look at Erikson's Writings on Identity», 2018. Pp. 264-273. DOI:10.1080/15283488.2018.1523732
18. Kharpal A. Elon Musk: Humans Must Merge with Machines or Become Irrelevant in AI Age. *CNBC, Tech*

Transformers. 13 February 2017. URL: <https://www.cnn.com/2017/02/13/elon-musk-humans-merge-machines-cyborg-artificial-intelligence-robots.html>

19. Kondorse J. / Yurydychna encyklopediya u 6 tomah. [Legal encyclopedia in 6 volumes]. Vol. 3. Kyiv, 2001. P. 259. URL: <https://leksika.com.ua/19240107/legal/kondorse> [in Ukrainian].

20. Leitch T. *The Oxford Handbook of Adaptation Studies*. Oxford University Press, 2017. 784 p.

21. More M. *The Philosophy of Transhumanism // The Transhumanist Reader: Classical and Contemporary Essays on the Science, Technology, and Philosophy of the Human Future*. New Jersey, 2013. 480 p.

22. Nemesh O. Virtual`na diyal`nist` osobystosti: struktura ta dynamika psykholoichnogo zmistu. [Virtual personality activity: structure and dynamics of psychological content]. Kyiv, 2017. 391 p. [in Ukrainian].

23. Rusakov S., Shevchenko N. *Remeyk v seredovyschi novyh media*. [Remake in the New Media Environment]. Cultural and artistic practices: world and Ukrainian context : Scientific monograph. Riga, 2023. Pp. 468-484. [in Ukrainian].

24. Sandel M. *The Case against Perfection. Ethics in the Age of Genetic Engineering*. Cambridge, 2009. 176 p.

25. Schwab K. *Fourth Industrial Revolution*. New York, 2017. 192 p.

26. Suler J. *Psychology of the Digital Age: Humans Become Electric*. Cambridge University Press, 2015. 475 p.

27. Taplin J. *The End of Reality: How the Billionaires are Selling a Fantasy Future of the Metaverse, Mars and Crypto*. New York, 2023. 368 p.

28. Toffler A. *The Third Wave*. New York, 1984. 560 p.

29. *Velyka ukrains`ka encyklopediya*. [The Big Ukrainian Encyclopedia]. Kyiv, 2016. Vol. 1. 592 p. [in Ukrainian].

UDC 130.2:111.32:004

A REMAKE IN THE DIGITAL AGE. TRANSFORMATION OF PERSON AND PERSONALITY

Shevchenko Nataliia – Postgraduate student of the Department of Philosophical Anthropology, Philosophy of Culture and Cultural Studies of the Educational and Research Institute of Philosophy and Educational Policy Drahomanov Ukrainian State University

The article explores the concept of remake as a transformative strategy in contemporary art. The collaboration of the artist and artificial intelligence, which is a new tool of generative creativity in the digital age, creates irreversible changes in art and actualizes the issues of intellectual property, authenticity and cultural appropriation. Remake is considered more broadly and reinterpreted as a transformative technology that is included in the creation of a person's digital identity in virtual space. The phenomenon of a digital copy of a person, the use of which in the media environment leads to uncertain consequences, is analyzed.

Key words: remake, transformation, AI, identity, transhumanism, digital copy, virtual space.

Надійшла до редакції 26.11.2024 р.

УДК 77.04:655.418.3](02.084.12)(477) «2010/2020»

САМВИДАВ ЯК ФОРМА ТВОРЧОГО ВИСЛОВЛЮВАННЯ ТА НЕЗАЛЕЖНОЇ ПУБЛІКАЦІЇ В УКРАЇНСЬКІЙ ФОТОКНИЗІ 2010–2020-Х РОКІВ

Роберт Довганич – аспірант, Львівська національна академія мистецтв, м. Львів
<https://orcid.org/0009-0000-9465-8118>
<https://doi.org/0000-0002-4441-1261>
robert.dovganych@gmail.com

Досліджується феномен фотографічного самвидаву в українському контексті 2010-2020-х років як важливого інструменту творчого висловлювання та незалежної публікації. Проаналізовано концептуальні практики українських фотографів та розкрито особливості самвидаву як методу художнього дослідження, де матеріальність видання стає частиною концептуального задуму. Простежено трансформацію ролі фотографа з «виробника» зображень у мультидисциплінарного автора. Встановлено, що самвидав сприяв формуванню нової візуальної епістемології в українській фотографії, де документальність поєднується з концептуальним мистецтвом. Виявлено, що практика самвидаву створила унікальний простір для художньої експресії, незалежний від інституційних обмежень та комерційних імперативів.

Ключові слова: образотворчий, фотографія, фотопроект, фотокнига, книжкове видання, самвидав, концепція, творчість, художні особливості, мистецтво ХХІ століття.

Постановка проблеми. Самвидав як явище в українській фотографії потребує комплексного дослідження, оскільки він став важливим інструментом творчого висловлювання та незалежної публікації для українських фотографів, особливо після 2010 р. Феномен фотографічного самвидаву трансформує традиційні підходи до публікації візуальних матеріалів та створює новий простір для художньої експресії, виходячи за межі інституційних обмежень та комерційних імперативів. При цьому недостатньо вивченими залишаються особливості розвитку цього явища в українському контексті, його вплив на формування нової візуальної епістемології та роль у становленні сучасної української фотокниги.