

УДК: 007: 304: 659.3

МЕДІАТИЗАЦІЯ ПАМ'ЯТІ В КОНЦЕПЦІЇ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОГО ПІДХОДУ

Т. В. Хітрова

*Запорізький національний технічний університет,
вул. Жуковського, 64, Запоріжжя, 69000, Україна*

Досліджено основні рівні та ефекти процесу медіатизації пам'яті у сучасних медіа. Медіатизована пам'ять як процес і поняття, виявлені на декількох рівнях функціонування медіа: пам'ять — як соціально-комунікаційний феномен; пам'ять — як дискурс; пам'ять — як сукупність комунікаційних технологій; пам'ять — як техніко-технологічна основа медіа; пам'ять — як професійна основа медіавиробництва. Методологічну єдність цих процесів в межах одного дослідження забезпечує використання соціокомунікаційного підходу. Виявлено структуру медіатизованої пам'яті та її медійні ефекти. Встановлено, як сукупність інформаційних ефектів (ідеологізація, популяризація та масофікація пам'яті) впливають на зміну контент-структури дискурсу.

Ключові слова: *дискурс, комунікаційні технології, масофікація, медіа, медіатизація пам'яті, соціокомунікаційний підхід.*

Постановка проблеми. Медіатизація пам'яті як процес і медіатизована пам'ять як об'єкт у площині соціокомунікаційних досліджень наразі не набули статусу активного дослідницького середовища. Оволодіння методологічним інструментарієм аналізу пам'яттєвого ресурсу соціуму сьогодні неможливе без повноцінного залучення медіаресурсу як важливого емпіричного підґрунтя, адже розвиток інформаційних і мас-медійних технологій призвели до серйозних якісних змін як у науковій сфері, так і дискурсивному, комунікаційному, функціональному змісті пам'яті в її колективному, культурному, соціальному та історичному наповненні. Еволюція медіа від «засобу» до «середовища» від «каналу» до «медіуму» (за Н. Луманом — середовище вільного типу, що має онтологічні передумови) змінює основні дослідницькі координати аналізу соціальних явищ дійсності, змінюються кордони й самої дійсності, її хронотоп стає символічним поняттям. Наприклад, традиційні інтерпретації понять «місця пам'яті», «носії пам'яті», «джерела пам'яті», «простір пам'яті» втрачають свою номінативність у медіапросторі. З одного боку, цей процес зумовлений універсальністю доступу до медійної сфери, яка стала глобальною ареною демонстрації досвіду, простором для колективного конструювання історичних смислів і значень, а з іншого — й самі медіа та медійні продукти стали частиною колективної пам'яті, взявши на себе роль «місць пам'яті», простору усвідомлення та підтримання історичної/етнічної/національної/соціальної ідентичності. На думку російської дослідниці

Г. Агеевої, «на сьогодні всі ключові моменти прояву роботи пам'яті відтворюються в медіасередовищі» [1, с. 69].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Пояснення цих процесів знаходимо у площині теорії медіатизації як новітньої концепції й методології дослідження комунікаційного ресурсу соціальної дійсності. Одним із перших термін «медіатизація» використав англійський дослідник Дж. Б. Томпсон у роботі «Медіа і модерніти» для позначення ролі медіа, які транслюють не просто інформацію, а зразки культури, що формують сучасне суспільство протягом останніх століть [2].

Грунтовний аналіз наукової полеміки навколо явища «медіатизації» в європейському дослідницькому середовищі викладено І. Ушановою в статті «Медіатизація комунікації: від концепту до теорії», де дослідниця розглядає основні підходи до вивчення цього процесу/явища в гуманітарних і соціальних науках, акцентуючи на теорії медіатизації комунікації Ф. Кротца та її реалізації в проектах «Медіатизовані світи» [3].

Огляд західноєвропейських концепцій системної методології «медіатизації» запропонований у роботі російського дослідника Д. Шаронова [4]. Дослідник аналізує здебільшого підходи до «медіатизації» з позиції теорії соціальних систем та є прихильником поглядів М. Маклюєна, С. Хабермаса та Н. Лумана.

Мета статті — дослідити вплив медіатизації на функціональні кордони феномену «пам'ять» із позиції соціокомунікаційного підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні можемо констатувати наявність проблеми різночитання терміна «медіатизація», що свідчить про процес його емпіричного розвитку, відкритість теорії, а також системний характер явища. Системність, як головна властивість процесу «медіатизації», стала базовим постулатом на шляху до формування методологічної концепції статті — виявленні репрезентативної основи та функціональних кореляцій «пам'яті» в сучасному медіасередовищі. В цьому ключі ми говоритимемо про процес медіатизації пам'яті та поняття медіатизованої пам'яті, які, як системне явище, репрезентують декілька рівнів своєї акумуляції: пам'ять — як соціально-комунікаційний феномен; пам'ять — як дискурс; пам'ять — як сукупність комунікаційних технологій; пам'ять — як техніко-технологічна основа медіа; пам'ять — як професійна основа медіавиробництва. На нашу думку, методологічну єдність цих процесів у межах одного дослідження може забезпечити використання соціокомунікаційного підходу. Насправді ж застосування соціокомунікаційного підходу дозволило нам виявити й сформулювати зазначені системні складові медіатизації пам'яті, її темпоральні процеси в системі сучасних медіа. Дослідницький потенціал використаного підходу полягає в унікальному синергетичному ефекті, адже передбачає синтез міждисциплінарного методологічного арсеналу, з оперттям на головні засади, категоріальний апарат і закони теорії соціальної комунікації. В. Різун у статті «Начерки до методології дослідження соціальних комунікацій» зазначає: «Проте науки про соціальні комунікації не можуть існувати без даних сучасної загальної, спеціальної, теоретичної й прикладної комунікативістики» [5, с. 32]. Завдяки цьому соціокомунікативний підхід уможливило системний аналіз феномену «пам'ять» у теорії сучасних соціальних комунікацій.

Про необхідність залучення методологічного інструментарію науки про соціальні комунікації до досліджень пам'яті, сьогодні говорить багато західних науковців. Зокрема, обґрунтовуючи перспективу розвитку меморіальних досліджень медіа, В. Канстейнер зазначає: «Дослідження пам'яті повинні запозичувати методи аналізу в галузі медіа та комунікацій, особливо щодо сприйняття медіа, і продовжувати використовувати широкий інструментарій інтерпретації від традиційної історіографії до постструктуралістських підходів» [6, с. 180]. На думку дослідника, процес медіатизації пам'яті — це «складний процес культурного виробництва і споживання, який визнає сталість культурних традицій, а також винахідливість виробників пам'яті і руйнівні інтереси споживачів пам'яті» [6, с. 183].

Група європейських авторів праці «Медіатизація, ремедіатизація і динаміка культурної пам'яті», аналізуючи вплив медіатизації на функціональні кордони медіаконтенту, наголошують на необхідності пошуку сучасної методології дослідження культурної пам'яті в теорії комунікації, яка може використовуватись як міждисциплінарне явище [7].

На сьогодні медіатизована пам'ять, точніше її аспектні складові, вже стали об'єктом наукових розвідок. Зокрема, у статті російської дослідниці Г. Агеєвої «Медіатизація пам'яті: мемуарні свідчення у блогах і соціальних мережах» із позиції соціокомунікаційного підходу розглядається процес медіатизації пам'яті у віртуальному світі — блогах і соціальних мережах. За визначенням Г. Агеєвої медіатизація пам'яті — це «віртуалізація соціального механізму запам'ятовування/забування у різноманітні форм репрезентації минулого у просторі повсякденності, що транслюються у медіасфері» [1, с. 69].

У контексті процесів медіатизації, соціальну пам'ять як структуру телевізійного образу і технологічну основу телевиробництва розглядає В. Байдіна [8]; В. Чистякова з медіатизацією пов'язує формування концепту «популярна пам'ять» [9]; В. Зверева аналізує сучасні ефекти медіатизації пам'яті у соціальних мережах [10].

Поняття «медіатизація пам'яті» стало предметом для обговорення на конференції «Трансдисциплінарні перспективи пам'яті: інституції, практики, медіатизація» в Тарту (Естонія), 2007 р. Озвучені доповіді як об'єкт теоретичного аналізу репрезентовані у статті «Медіатизація пам'яті: на шляху до трансдисциплінарних перспектив і сучасні дослідження пам'яті», авторів Е. Возу, Е. Коресар, К. Китма, опублікованої у 2008 р. Медіатизацію пам'яті автори тлумачать через посередницьку функцію журналістики у відтворенні дискурсу пам'яті як культурно-історичного джерела, новаторський підхід авторів виявляється у тлумаченні сучасних форм і технологій трансляції медійної пам'яті [11].

Таким чином, із позиції соціокомунікаційного підходу, медіатизація пам'яті — це не медіаверсія пам'яті, і не медіапам'ять, і не медіатизована пам'ять (хоча всі ці поняття є важливими у процесі розуміння пам'яті як наукового дискурсу), це процес створення публічної зони пересікання ЗМІ і пам'яті, в якій є місце для всіх соціокомунікаційних проявів пам'яті, а також соціальних і культурних феноменів, які вона продукує (наприклад, медіаосвіта, медіакультура). Ця зона пересікання медіадискурсу і дискурсу пам'яті має власну структуру та медійні

ефекти: інформаційні, соціальні, культурні, комунікаційні та технологічні. Їхня поява зумовлена процесом медіатизації й пов'язана з явищем інформатизації суспільства, — «створенні й розповсюдженні новітніх систем колективного й особистого зв'язку, які забезпечують доступ індивіда до будь-яких джерел інформації, до всіх рівнів особистісного, міжособистісного та групового спілкування» [12]. У взаємозв'язку медійні ефекти породжують явище медіатизованої пам'яті — місце, час і простір якої — медійна реальність.

До інформаційних ефектів належать: ідеологізація, популяризація та масофікація дискурсу пам'яті. У просторі медіадискурсу феномен пам'яті ідеологізується здебільшого у тоталітарному суспільстві, однак аналіз сучасного емпіричного ресурсу дослідження доводить наявність ефекту ідеологізації аналізованого дискурсу ще на двох рівнях: як інструменту інформаційної війни та засобу для її протистояння, шляхом формування «нової політики пам'яті» (наприклад, медіатизація процесів декомунізації). Ідеологічна мета зазначених дискурсивних практик призводить до процесу політизації дискурсу та використання дискурсу пам'яті як інструменту політики.

Ще один медіаефект пам'яті — це її популяризація у ЗМІ. В процесі популяризації дискурсу мас-медіа виконують просвітницьку функцію, однак, досить часто він ініціюється владним/інституційним ресурсом і пов'язаний з ідеологічним фактором. Тут ідеться про поняття медіаверсії пам'яті. Медіаверсія пам'яті — це публіцистична інтерпретація наративів історичної, культурної та соціальної пам'яті у ЗМІ, яка може виявлятися як у формі журналістських жанрів, так і у вигляді коментарів фахівців. Популяризація дискурсу спрямована на формування так званої «популярної історії». Комунікаційний ефект ґрунтується на реактуалізації образів подій та національної історії з метою створення нових смислів у теперішньому та майбутньому, конструювання ідентичності відповідно до актуальних культурних зразків. Серед сучасних засобів створення «популярної історії» В. Чистякова називає феномен «портретування» героя: «портретування» — це прийом, який перетворює реальну історичну особу на «місце пам'яті» народу протягом тривалого часу. Створюючи «портрети», відповідні інституції медіатизують образи історичних діячів і за допомогою різних медіа та їхніх ресурсів намагаються закріпити образи в просторі популярної культури [9, с. 35].

Однією із проблем у сфері популяризації історії або створенні медіаверсій пам'яті, як найбільшого тематичного блоку дискурсу пам'яті, на думку Є. Барканова, є сприйняття журналістами професійних носіїв як ньюс-мейкерів. «Журналісти, отримавши інформаційний привід для висвітлення історичної події чи особистості, в гонитві за сенсацією, досить часто не звертаються до фахівців, а тому допускають суттєві фактичні помилки, або розповідають із позицій жовтої преси» [13, с. 2].

Масофікація пам'яті — ще один ефект, який змінює, передусім, контент-структуру дискурсу, що супроводжується його спрощенням за рахунок безкінечного тиражування чи одномірної інтерпретації його окремих репрезентацій. Цей ефект містить важливу когнітивну небезпеку, оскільки може спотворювати не лише

хронотоп пам'яті, а й формувати її нову утилітарну прив'язку вже у форматі побутового дискурсу (наприклад, використання історичних і культурних образів, символів у рекламі). Таким чином, відбувається зміна функціональних експлікацій дискурсу, він перетворюється на тип контент-індустрії, безпомилковий ресурс у культурі споживання. У ній втрачається важливість факту як такого, а його місце посідає авторська трактовка, креативне використання, розважальність тощо. У межах цього процесу відбувається тиражування різноманітних масових ігор, токшоу, відбувається збільшення ступеня видовищності.

Аналізуючи новітні перспективи дослідження пам'яті, російська дослідниця В. Чистякова констатує: «Передуючи приватизації історії чисельні текстмейкери — автори усіляких «історичних розслідувань», відкривачі «історичних таємниць» — змінили структуру масового споживання історичної інформації. Здатність впливати на масову свідомість за допомогою адекватних його рівню (тобто гранично спрощених і емоційно-оцінних) інтерпретацій минулого зростила крайні форми популізму, де затребуваною виявилася «історія думок» [9, с. 33].

Однак, на думку Н. Клушиної, «негативні медіаефекти в перспективі можуть мати протилежний позитивний результат: суспільство засвоює культурні зразки і вбудує їх у свою повсякденність, яка стане від того збагаченою, складнішою і «культурнішою» [14]. Соціальні ефекти медіатизації пам'яті якраз і полягають у тому, що соціальна пам'ять зберігає зразки культури і передає їх наступним поколінням. ЗМІ у цьому процесі відіграють першочергову роль, оскільки одночасно є і «носіями пам'яті» і «медіаторами», посередниками передачі досвіду, за словами Н. Лумана, виконують функцію «відтворення майбутнього» [15, с. 177]. В окресленому вище значенні можна говорити про поняття «медіатизованої пам'яті», існування та підтримання якої пов'язано з креаційними можливостями сучасної медійної реальності. Візуалізація соціальних механізмів пам'яті у національному просторі є важливою інформаційною ініціативою медіа. Цей процес сприяє підтримці ментальних зв'язків національного соціуму, його колективної ідентичності й одночасно є засобом медіаосвіти. Яскравим прикладом цих процесів є візуальний ефект скорботи на телеекрані — «палаюча свічка». Соціальні ефекти медіатизації можна розглядати як в аспекті зміцнення суспільної солідарності, так і в плані врегулювання конфліктних ситуацій.

Загалом, соціальні ефекти медіатизації дослідники зараховують до її позитивних наслідків. На думку Н. Клушиної, вони «сприяють соціалізації особистості через виробництво нових смислів, конструювання ідентичності відповідно до тих культурних зразків, які стали публічними у ЗМІ» [14, с. 72].

У цьому аспекті медіатизація дискурсу може розглядатися і як функція медіа — формувати й підтримувати культурну пам'ять і культуру пам'яті загалом, використовуючи різноманітні інструменти для її активізації. До сучасного ресурсу медіа можна віднести віртуальні музеї, бібліотеки, виставки, альбоми, а також медійну діяльність історико-просвітницьких і пошукових організацій, військово-історичних клубів і клубів історичних реконструкцій, колекціонерів та інших, які формують новітній інформаційно-комунікаційний простір дискурсу пам'яті, його

ментальні орієнтири. Таким чином, культурний ефект медіатизації виявляється в залученні сучасного комунікаційного ресурсу медіа як посередницького каналу, де ЗМІ виконують функцію медіації дискурсу.

Комунікаційні ефекти медіатизації пов'язані з процесами взаємопроникнення контекстів у медіадискурсі, переплітання різних дискурсів та їхніх комунікаційних ресурсів як інструментів репрезентації. Тут ми можемо говорити про сучасні комунікаційні технології та прийоми (як текстові, так і аудіовізуальні), що функціонують у межах дискурсу пам'яті як засоби відтворення, конструювання, заучування, пригадування, інтерпретації, релятивізації, ритуалізації, мнемотехніки, що сприяють семантико-семіотичному наповненню дискурсу, формуванню його функціональних структури.

Технологічні ефекти пов'язані з процесом медіавиробництва, а також новітніми технічними можливостями просування/створення інформаційного продукту на різних публічних платформах. Формат подачі сьогодні є одним із найвпливовіших інструментів боротьби за аудиторію. Сьогодні медіа намагаються поєднати в одному продукті різні засоби передачі інформації, які можуть залучати декілька каналів сприйняття одночасно. Процеси медіатизації сприяють віртуалізації контенту/дискурсу, який може поєднувати у собі текст, зображення, відео, звук, а також різноманітні інтерактивні елементи. Унікальні можливості цього процесу відобразилася й на структурі сучасного дискурсу пам'яті, розширили можливості його медійної репрезентації, спонукали до створення новітнього жанрового ресурсу. О. Царьова, досліджуючи сучасні форми й канали культурної пам'яті, серед різновидів її медіарепазентацій називає «лонгрід» — аудіовізуальну історію, яка здатна надовго затримувати увагу споживачів інформації, залучаючи різні канали сприйняття [16].

Висновки. Одним із позитивних аспектів прояву медіатизації в репрезентації дискурсу пам'яті є актуальність й інституційна підтримка процесів медіаосвіти. 21 квітня 2016 року президія Національної академії педагогічних наук України схвалила нову редакцію «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», вихідними положеннями якої стали такі тези: «Загострення потреби в інтенсифікації розвитку медіаосвіти зумовлено необхідністю протистояти зовнішній інформаційній агресії та руйнівній зарубіжній пропаганді. У цих умовах медіаосвіта стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності» [17]. Питання про історичну медіаосвіту, як засобу протистояння ірраціональним міфам і стереотипам масової свідомості, на сьогодні, ще й засобом контрпропаганди, покладає на журналістику велику професіональну відповідальність. Формування якісного дискурсу пам'яті, новітніх нарративних репрезентацій пам'яті є невід'ємною складовою медійної культури засобів масової інформації. У цьому контексті ми можемо говорити про процес медіації «пам'яті», тобто про посередницьку функцію журналістики, яка незважаючи на наявні здобутки, потребує подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеева Г. Медиатизация памяти: мемуарные свидетельства в блогах и социальных сетях. Вестник Томского государственного университета. 2012. № 363. С. 68–74.
2. Thompson John The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Oxford : Polity Press, 1995. 314 p.
3. Ushanova I. Mediatization of Communication: from Concept to Theory. Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2015. 11 (8). P. 2703–2712 .
4. Шаронов Д. О коммуникативном смысле медиатизации. Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2008. No 2. С. 234–239.
5. Різун В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс]. Інститут журналістики [сайт]. 2011. С. 4. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.
6. Kansteiner W. Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies. History and Theory. 2002. Vol. 41. N. 2. P. 179–197.
7. Erll, Astrid and Rigney, Ann. Walter de Gruyter (Ed.) Mediation, Remediation, and the Dynamics of Cultural Memory. London, 2009. 234 p.
8. Байдина В. Проблема социальной памяти в структуре телевизионного образа. Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 21 (312). Вып. 80. С. 51–55.
9. Чистякова В. Отечественная война 1812 года в нарративах «популярной культурной памяти» [Электронный ресурс]. URL: http://articult.rsu.ru/upload/articult/journal_content/.
10. Зверева В. Дискуссии о советском прошлом в сообществах сети «В Контакте». Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2012. 4 (110). С. 97–112.
11. Mediation of memory: towards transdisciplinary perspectives in current memory studies [Electronic resource]. URL: http://www.kirj.ee/public/trames_pdf/2008/issue_3/trames-2008-3-243-263.pdf.
12. Кимстач В. Концепция информационного общества: культурологический аспект. URL: <http://conference.kemsu.ru/GetDocsFile?id=11409&table=papers>.
13. Барканова Е. Популяризация истории как медийная проблема. Ученые записки Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. 2015. № 2. С. 1–4.
14. Клушина Н. Медиатизация современной культуры и русский национальный стиль [Электронный ресурс]. URL: <http://www.russkayarech.ru/files/issues/2014/1/Klushina%2066-73.pdf>.
15. Луман Н. Реальность массмедиа. Москва : АКР, 2012. 233 с.
16. Царева О. Массмедиа как трансляторы культурной памяти [Электронный ресурс]. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/42349/1/978-5-7996-1865-0_2016_81.pdf.
17. Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediosviti_v_ukraini.

REFERENCES

1. Ageeva, G. (2012). Mediatizatsiya pamyati: memuarnyye svidetel'stva v blogakh i sotsial'nykh setyakh. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, 363, 68–74 (in Russian).
2. Thompson, John (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Oxford (in English).
3. Ushanova I. (2015) Mediatization of Communication: from Concept to Theory, Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences, 11 (8), 2703-2712 (in English).
4. Sharonov, D. (2008). O kommunikativnom smysle mediatizatsii, Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika, 2, 234-239 (in Russian).
5. Rizun, V. (2011). Nacherky do metodolohii doslidzhen sotsialnykh komunikatsii. Instytut zhurnalistyky, 4. Retrieved from http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodolohiyi.pdf. (in Ukrainian)
6. Kansteiner, W. (2002) Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies. *History and Theory*, Vol. 41, 2, 179–197 (in English).
7. Erll, Astrid and Rigney, Ann. Walter de Gruyter (Ed.) *Mediation, Remediation, and the Dynamics of Cultural Memory* (2009). (in English).
8. Baydina, V. (2013). Problema sotsyial'noy pamyati v strukture televizionnogo obraza. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, 21 (312), 51–55 (in Russian).
9. Chistyakova, V. (2011). Otechestvennaya vojna 1812 goda v narrativakh «populyarnoy kul'turnoy pamyati». Retrieved from http://articul.rsu.ru/upload/articult/journal_content/011/ARTICULT-11 (accessed at 01 February 2017). (in Russian).
10. Zvereva, V. (2012). Diskussii o sovetskom proshlom v soobshchestvakh seti «V Kontakte», Vestnik obshchestvennogo mneniia. Dannye. Analiz. Diskussii, 4 (110), 97–112 (in Russian).
11. Mediation of memory: towards transdisciplinary perspectives in current memory studies (2008). Retrieved from http://www.kirj.ee/public/trames_pdf/2008/issue_3/trames-2008-3-243-263.pdf (in English).
12. Kimstach, V. (2012). Kontseptsiya informatsionnogo obshchestva: kul'turologicheskii aspekt. Retrieved from http://conference.kemsu.ru/GetDocsFile?id=11409&table=papers_file&type (in Russian).
13. Barkanova, Ye. (2015). Populyarizatsiya istorii kak mediynaya problema, Uchenyye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta imeni Yaroslava Mudrogo, 2, 1–4 (in Russian).
14. Klushina, N. (2014). Mediatizatsiya sovremennoy kul'tury i russkiiy natsional'nyy stil'. Retrieved from <http://www.russkayarech.ru/files/issues/2014/1/Klushina%2066-73.pdf> (in Russian).
15. Luman, N. (2012). *Real'nost' massmedia*. Moscva: AKR (in Russian).
16. Tsareva, O. (2016). Massmedia kak translyatory kul'turnoy pamyati. Retrieved from http://elar.ufrfu.ru/bitstream/10995/42349/1/978-5-7996-1865-0_2016_81.pdf (in Russian).
17. Kontseptsiya vprovadzhennya mediaosvity v Ukraini (2016). Retrieved from http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosvity_v_ukraini/ (in Ukrainian).

MEMORY MEDIATIZATION IN THE FRAMEWORK OF SOCIAL AND COMMUNICATIVE APPROACH

T. V. Khitrova

*Zaporizhzhya National Technical University,
64, Zhukovskoho St., Zaporizhzhya, 69000, Ukraine
hittv@rambler.ru*

The article deals with the basic levels and effects of «memory» mediatization process in media sphere. Memory mediatization as a process and concept can be detected on different levels of media functioning: memory as a social and communicative phenomenon; memory as discourse; memory as a set of communication technologies; memory as technical and technological basis of media; memory as professional foundation for media production. Methodological unity of these processes as a part of this area of research can be adopted in the framework of social and communicative approach. The paper reveals the structure of memory mediatization and its media effects: information, social, cultural, communicative and technological ones. Nowadays, the ensemble of information effects (ideologization, mainstreamification and massification of memory) influences the change of the content structure of discourse significantly.

Keywords: *discourse, communicative technologies, massification, media, memory mediatization, social and cultural approach.*

Стаття надійшла до редакції 06.03.2017.

Received 06.03.2017.