

Концепції системної трансформації медіа

У статті досліджується еволюція наукових теорій системної трансформації медіа в інформаційному суспільстві.

Ключові слова: медіа, інформаційне суспільство, конвергенція.

Трансформаційні процеси суспільного життя зумовлюють якісно новий стан суспільного устрою, охоплюючи економіку, політику, культуру. У сучасних умовах системна трансформація виявляється в орієнтації на ринкові відносини, в гуманізації суспільних відносин, демократизації політичної системи. Ці чинники зумовили необхідність модернізації інформаційної взаємодії між суб'єктами економіки, політики, засобів масової комунікації.

Тенденції трансформації, глобалізації системи масової комунікації є об'єктом ґрунтовних наукових досліджень українських учених В. Різуна, О. Зернецької, які наголошують передусім на комплексному, системному характері трансформаційних змін у соціальних комунікаціях. Вагомим для українського журналістикознавства є дослідження й окремих аспектів функціонування модерних мас-медіа. Приміром, І. Артамонова, К. Пилипенко розглядають блог-записи як жанр інтернет-комунікації, аудиторію інтернет-ЗМІ, М. Яцимирська – ефективність гіпертексту в масовому комунікуванні, О. Колісник – теоретико-методологічні засади типологічного моделювання інтернетної періодики, А. Захарченко – інтерактивні комунікаційні стратегії в Україні.

Серед російських учених функціонування інформації в сучасному суспільстві досліджує Р. Гіляревський, явища соціальної трансформації, трансформаційні процеси та конвергенцію ЗМІ вивчають О. Вартанова, В. Караєва, Б. Іграєв, В. Рожков, типологічні моделі нових медіа пропонує до наукового обговорення К. Карякіна, пріоритети комунікативістики та їх модернізацію, сучасні технології представлення новин, зокрема їх феймування, досліджує Л. Землянова.

Об'єкт нашого дослідження – медіа в інформаційному суспільстві. *Предмет* дослідження – наукові теорії трансформації медіасередовища в інформаційному суспільстві. *Мета* наукового аналізу – дослідити еволюцію теорій щодо трансформаційних процесів у медіасередовищі.

На кожному етапі розвитку соціуму трансформаційні процеси набувають особливих характерних ознак, однак вони, трансформаційні процеси, є органічною і невід'ємною частиною еволюційного розвитку суспільства, будучи продуктом поступового розвитку суспільних явищ в минулому і базою для подальшого накопичення та впровадження якісних змін.

Сутність і спрямованість поступу суспільства 50–60-х рр. виявилися у поширенні теорій про постіндустріальне чи інформаційне суспільство. Введений і поширений Ю. Хаяши, Е. Тоффлером та іншими науковцями термін «інформаційне суспільство» номінував наукову дефініцію, в якій ключовим словом була інформація. За У. Дайзарду, в інформаційному суспільстві основним видом економічної діяльності є виробництво, зберігання і поширення інформації [1]. На думку Ю. Хаяши, в інформаційному суспільстві виробництво та його продукти стають інформаційно ємними, а до головних цінностей належать культурне дозвілля і час. Новий соціальний устрій (економіка послуг, серцевина теоретичних знань) ґрунтується на телекомунікаціях. Технологічно комунікації та опрацювання інформації стають компонентами єдиної моделі. У міру розширення використання комп'ютерів у комунікаційних мережах електронної комунікації будуть ставати невід'ємним елементом у комп'ютерному опрацюванні даних, відмінності між обробленням інформації і комунікації зникнуть [2].

В умовах соціальної трансформації суспільства контрастно виявляються властивості інформації: інформація – це дія, яка триває певний проміжок часу, а не стан буття, яке займає фізичний простір, що характерно для звичних матеріальних предметів [3]. Із появою мережі Інтернет інформація (цифрова) не обмежується жодною матеріальною межею і стає неперервним процесом. Вона перетворюється на головну категорію економічного життя, здійснює докорінні перетворення в масовій комунікації та інших формах соціальних відносин.

Однак семантична структура поняття «інформаційне суспільство» недостатньо повно охоплює ознаку «аналіз соціальної структури суспільства». Тому сформульована М. Кастельсом концепція мережевого суспільства (віртуального суспільства, за А. Балем) передбачає, що ядром нового суспільства стає нова комунікаційна організація, в основі якої буде не сама лише інформація, а й мережева логіка його базисної структури. Таким чином формується новий тип суспільного устрою – мережевий, в якому провідну роль відіграють комп'ютеризовані інформаційні лінії зв'язку, що пронизують усі сфери соціуму [4, с. 293]. На думку М. Кастельса, соціальна структура, що формується в глобальному масштабі, набуває ознак суспільства, серед яких найважливішою є навіть не домінування інформації або знання, а зміна напрямку їх використання. Унаслідок цього провідну роль у житті людей і суспільства загалом набувають глобальні, мережеві структури, що витісняють колишні форми особистої та речової залежності [4, с. 293]. У трансформаційному суспільстві відбуваються такі докорінні структурні зміни соціальної комунікації:

- > домінування функцій і процесів, організованих за принципом мереж;

- > жорсткі вертикально орієнтовані соціальні структури змінюються гнучкими горизонтальними мережами, через які здійснюється обмін інформаційними ресурсами.

Сучасний соціальний розвиток прогнозовано в низці наукових теорій 1950–1960-х рр. у сфері інформатики та комунікативістики [5; 6; 7]. Зокрема, варто згадати ідеї американських політологів і соціологів Г. Лассуелла (H. Lasswell) і П. Лазарфельда (P. Lazarfeld), що лягли в основу теорії політичних комунікацій, зокрема зв'язку медіатексту з мистецтвом пропаганди. Новаторського підходу до розвитку теорії комунікації дотримувався П. Лазарфельд, який застосував соціологічне дослідження як науковий метод у сфері комунікації [8].

Широкою популярністю в 1950–1960-х рр. користувалися кібернетична модель математика Н. Вінера (N. Wiener), математична модель американських дослідників К. Шеннона (C. Shannon), У. Уївера (W. Weaver), теорія культивування Г. Гербнера (G. Gerbner). Зокрема, за теорією культивування Г. Гербнера глядачі, які впродовж тривалого часу дивляться телевізор, «культивують» певну модель суспільної поведінки, яку їм навіює ТБ, тобто такі люди існують у псевдореальності. Культивувальний аналіз (cultivation analysis) дає підстави ви-

значити вплив телебачення на сприйняття глядачем навколишньої дійсності [9]. У цей самий період дослідження комунікації проводили філософи і культурологи, засновники французької школи семіотики Р. Бард (R. Barthes) та Ж. Бодрійяр (J. Baudrillard), американський постіндустріаліст Д. Белл (D. Bell).

На тлі численних математичних, кібернетичних, філософських концепцій у сфері комунікації по-новаторському прозвучали ідеї М. Маклюєна (M. McLuhan) щодо теорії трансформації комунікації (theory of transformation), теорії технологічного детермінізму, згідно з якими нові засоби комунікації слугують основою прогресу [10–12]. У теорії тетрад науковець запропонував схему вивчення впливу медіа і технологій на суспільство, що охоплює чотири взаємозумовлених і взаємопов'язаних аспекти:

- > засіб комунікації або технологія володіє здатністю виконувати функцію збільшення, посилення (enhancement) характеристик явищ, що беруть участь у комунікаційних актах, наприклад, радіо передає сигнал на відстані і посилює звук;

- > новий засіб комунікації замінює засіб, що існував раніше (obsolesces), наприклад, на зміну ксилографічній книзі поширилася друкована книга;

- > новий засіб комунікації повертає втрачені раніше характеристики, але в новій формі і на новому рівні (retrieves), наприклад, радіо повертає (retrieval) усну комунікацію, телебачення повертає можливість колективного сприйняття інформації у формі перегляду передач;

- > засіб комунікації, який досяг повного і вичерпного розвитку, зазнає повної зміни, перетворюється на нове медійне явище і, можливо, на повну протилежність тому засобу, що існував раніше (reversal), наприклад, радіо, засноване на акустиці, переходить в аудіовізуальну сферу на телебаченні.

У сучасних умовах інтеграції, взаємопроникнення галузевих технологій, глобальної дигіталізації усіх сфер суспільної діяльності, зокрема нових медіа, особливої актуальності набувають ідеї М. Маклюєна щодо синкретичності наукових досліджень. Він довів можливість і необхідність об'єднання досліджень у сфері масових комунікацій та інших галузей науки (біології, літератури, риторики, психології, інформаційних технологій). М. та Е. Маклюєни стверджували, що сформульовані ними закони, за допомогою яких вони роз'яснюють історію і сутність медіа, можна застосувати не тільки в сфері масової комунікації, але й в інших галу-

зях: «Будь-яка процедура, будь-який стиль, будь-який артефакт, будь-який вірш, пісня, технологічна новинка, теорія, технологія – будь-який продукт людської думки демонструє ці ж чотири виміри» [13]. Приміром, канадський дослідник ще у 1940–1950-х рр. у листуванні з американським поетом-модерністом Е. Паундом, обговорюючи проблеми та мистецтва, дійшов висновку, що у вивченні мас-медіа слід використовувати лінгвістичний та літературознавчий аналіз [14]. У дослідженні усних та письмових комунікацій, мови, літератури М. Маклюєн висловлював ідеї щодо доцільності використання знань з біології і психології. Розвиваючи тему застосування біологічних законів, учений стверджував, що різні засоби комунікації є продовженням людини. Його фундаментальна праця з теорії комунікації вийшла у світ під красномовною назвою «Розуміння засобів комунікації: Продовження людини» [15]. На думку М. Маклюєна, перо і авторучка є продовженням руки людини, телебачення – її очима, комп'ютер – продовженням її мозку і всієї психічної системи.

У своїх працях науковець висунув теорію комунікації, згідно з якою нові комунікаційні технології відіграють головну роль у формуванні суспільного устрою і прогресі. «Закони медіа» і суспільства М. Маклюєна – теорія тетрад – стали моделлю для аналізу медійних процесів, на яких ґрунтуються сучасні дослідження.

Ключовою ознакою трансформації засобів масової комунікації є системний, всеосяжний характер змін у життєдіяльності соціуму. На думку українського науковця В. Різуна, «трансформація й глобалізація системи мас-медіа породжує зміну, в свою чергу, суспільнополітичної й економічної систем, які теж трансформуються. Трансформація й глобалізація системи масової комунікації, однак, не є першопричиною соціально-економічних змін: модернізація технологій, розвиток науки і техніки, а також суспільноекономічний розвиток сприяли розвитку системи масової комунікації» [16].

Розглядаючи трансформаційні, глобалізаційні процеси у сфері соціальних комунікацій і віддаючи незаперечну першість технічній революції в утворенні глобальних масовокомунікаційних систем, О. Зернецька, аналізуючи причини відставання України від Заходу в цьому процесі, до ключових чинників формування глобальних трансформованих систем комунікації зараховує також економічний розвиток, соціально-психологічну готовність комунікаторів до утворення глобальної системи комунікації й активного входження до світо-

вих інформаційних систем. Тобто дослідниця розглядає трансформацію соціальних комунікацій як наслідок дії системи соціальних, економічних, технологічних, культурних, етнічних чинників [17, с. 44].

В умовах системної трансформації засобів масової комунікації вагомим проблемою є необхідність дотримання відповідності комунікаційного процесу суспільним інформаційним потребам. У працях Е. Варганової, Я. Засурського, С. Світіча, М. Шкондіна досліджується рівень адекватності діяльності ЗМІ суспільним потребам у таких аспектах, як роль мас-медіа в новому інформаційному просторі, системні зв'язки в інформаційній структурі, закономірності функціонування ЗМК як інформаційної системи економічного співтовариства і політичної організації суспільства [18–22]. Системні трансформаційні процеси в медіасередовищі є наслідком як глобальних, загальних економічних змін, так і змін в економіці самих медіасистем.

Процеси системної трансформації медіа породжуються впливом технологічного та економічного середовища, в якому функціують сучасні ЗМІ.

Трансформаційні зміни медіа знаходять свій вияв у формі структурно-функціональної модернізації ЗМІ, коли розвиток ринкових відносин, різноманітних видів ринку (споживацького, фінансового, промислового, міжнародного, ринку великих посередницьких організацій) зумовлює зростання потреби в актуальній, об'єктивній і своєчасній інформації. У контексті структурно-функціональної розбудови медіасистеми розгортаються конвергенційні процеси, які є виявом зрощення традиційних медійних технологій і технологій менеджменту та інформатики.

Структурно-функціональна модернізація ЗМІ зумовлена технологічними та економічними чинниками, пов'язаними між собою тісними причинно-наслідковими зв'язками:

➤ розширення спектру традиційних функцій журналістики (інформаційна, освітня, розважальна), поява нових функцій ЗМІ: рекламної функції; функції менеджменту (PR); функції «третього судді» для розв'язання внутрішньо- та міжкорпоративних конфліктів [23]; функції медіатора політичних поглядів з орієнтацією на зовнішню аудиторію (клієнтуру, суб'єктів економічного середовища); функції корпоративного видання для декларації суспільно-політичних поглядів окремих осіб чи групової аудиторії; функції корпоративного видання як політичного організатора колективу самої корпорації під час виборчої компанії,

вирішення суспільно важливих питань; функції корпоративного видання як учасника процесу самокерування, самоорганізації ЗМІ в умовах демасифікації медіасистеми;

> розбудова типологічної структури ЗМІ, поява нових типів видань, ділової преси, корпоративних (клієнтських і галузевих) видань, які є конкурентоздатними на медіаринку ЗМІ. Ділова преса виникла як наслідок формування в країні фінансової та промислової еліти. Моделі корпоративних видань задовольняють переважно інтереси суб'єктів державного і корпоративного управління. Цей порівняно новий тип преси становить вагомий сегмент в економічній системі ЗМІ. Ділова преса та корпоративні видання формуються як медіа, що залежать від інвестиційних бюджетів, стратегії їхнього розвитку спрямовані передусім на задоволення потреб інвесторів та рекламодавців, меншою мірою – на задоволення інформаційних потреб соціальних груп;

> усталення тренду розвитку і функціонування ЗМІ: серед друкованих мас-медіа – переважання регіональних видань над загальнонаціональними; серед електронних (теле-, радіо-програм) ЗМІ – переважання загальнонаціональних каналів над регіональними, що зумовлено необхідністю мати в розпорядженні значний первісний капітал та обмеженістю частот. Такі тенденції зумовлені зміною структури інформаційних потреб споживачької аудиторії, зростанням зацікавленості регіональними підприємницькими, соціальними, політичними, культурними проблемами;

бурхливий розвиток медіабізнесу, самоідентифікація медіагалузі, що відбувається внаслідок концентрації ЗМІ в руках великого бізнесу і виникнення медіамонополій; водночас домінування в медіасередовищі закордонних транснаціональних корпорацій, що зумовлене поширенням світових глобальних процесів, спричиняє обмеження можливостей щодо реалізації національної інформаційної політики, формування національного інформаційно-го середовища всередині країни.

Таким чином, на сучасному етапі розвиток ЗМІ відбувається за трансформаційною моделлю. У медіасистемі провідні позиції займають корпоративні і ділові видання, які формуються і розвиваються за рахунок інвестиційних бюджетів суб'єктів господарювання (банків, владних структур, великих компаній, організацій), а також міжнародні ЗМІ. У системі пріоритетів трансформаційної моделі провідним є вплив на аудиторію в руслі корпоративних інтересів своїх інвесторів, які часто суперечать громадським

інтересам. Периферійні позиції в моделі займає задоволення інформаційних потреб загальнонаціональної аудиторії, забезпечення обміну інформацією між членами суспільства та загальнонаціональної ідентичності. Сучасна економічна підсистема ЗМІ часто сприяє функціонуванню маніпульованих засобів масової інформації, не створює передумови для формування такого типу мас-медіа, який би забезпечував повноцінну та своєчасну інформаційну взаємодію в масштабі всього соціуму. Перспективним аспектом подальших наукових досліджень трансформаційних процесів мас-медіа є вивчення впливу конвергенції на формування нових ЗМІ, розбудову їхньої типологічної структури.

1. Дайзард У. Наступление информационного века // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 343–354.

2. Рожков В. Ю. Интернет и социальные аспекты общества // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. – 2008. – № 3. – С. 68–76.

3. Барлоу Дж. П. Продажа вина без бутылок: Экономика знания в глобальной Сети [Электронный ресурс] // Русский журнал. – URL: www.russ.ru.

4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М., 2000. – С. 293.

5. Землянова Л. М. Современная американская коммуникативистика / Л. М. Землянова. – М. : МГУ, 1995. – 271 с.

6. Уэбстер Ф. Теория информационного общества / Ф. Уэбстер ; пер. с англ. Н. В. Малыхиной, М. В. Арапова ; под ред. Е. Л. Вартановой. – М., 2004.

7. Schramm W. The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir / W. Schramm. – Newbury Park, 1997.

8. Czitrom D. J. Media and the American Mind From Morse to McLuhan // Chapel Hill (NC). – 1982. – С. 127–137.

9. *The cultivation Theory*: George Gerdner [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.colostate.edu/Depts/Speech/rccs/theory06.htm>.

10. Маклюен М. Галактика Гуттенберга. Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюен. – К. : Ника-Центр, 2001. – 432 с.

11. McLuhan M. Communication: McLuhan's Laws of Media // Technology and Culture. – 1975. – Vol. 7. – № 1. – P. 3–7.

12. McLuhan M. Laws of the Media // Et Cetera. – 1977. – Vol. 11. – № 2. – P. 173–179.

13. McLuhan M. Laws of Media: New Sciens / M. McLuhan, E. McLuhan. – Toronto, 1992.

14. Barton E. McLuhan Primer Studies [Электронный ресурс] / E. Barton. – URL: http://www.chass.utoronto.ca/mcluhan-studies/v1_iss1/l_lart11.htm.

15. McLuhan M. Understanding Media: The extensions of Men / M. McLuhan. – Cambridge, L. : MIT Press, 1994. – 365 p.

16. Різун В. В. Системи масової комунікації [Електронний ресурс] / В. В. Різун. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1699>.

17. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351 с.

18. Вартанова Е. Л. Конвергенція в СМІ і її послідовства // Інформаційне общество. – 1999. – № 5.

19. Вартанова Е. Л. Конвергенція як неминучість: о ролі технологічного фактора в трансформації сучасних медіасистем // От книги до Інтернету: журналістика і література на рубежі нового тисячоліття. – М., 2000.

20. От книги до Інтернету. Журналістика і література на рубежі тисячоліть / под ред. : Я. Н. Засурського, Е. Л. Вартанової. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. – 319 с.

21. Свитич Л. Г. Феномен журналістики / Л. Г. Свитич ; под ред. Я. Н. Засурського. – М. : МГУ, 2000.

22. Шкондин М. В. Система засобів масової інформації як фактор громадського діалогу / М. В. Шкондин. – М. : Пульс, 2002.

23. Полухин А. В. Стратегія ЗМІ при участі в корпоративних конфліктах : автореф. дис. ... канд. філол. наук / А. В. Полухин. – М. : Изд-во МГУ, 2008. – 20 с.

Подано до редакції 28. 10. 2013 р.

Komova Maria. Concepts of system media transformation

The article deals with the evolution of scientific theories of systemic transformation of media in the information society.

Keywords: media, information society, convergence.

Комова М. В. Концепции системной трансформации медиа

В статье исследуется эволюция научных теорий системной трансформации медиа в информационном обществе.

Ключевые слова: медиа, информационное общество, конвергенция.

