

МЕДІА-ПРОСТІР ТА ДОКУМЕНТАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ: ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД

Л.Я. Філіпова

У статті простежено різні наукові та термінологічні трактування понять «медіа» та «медіа-простір». Визначено причинно-наслідкові зв'язки між ІКТ та медіа-простором; підкреслено вплив Інтернет-технологій. Запропоновано визначення «медіа-простір документальних комунікацій», із позицій інформаційно-технологічного підходу.

Ключові слова: *медіа-простір, Інтернет, документальні комунікації, інформаційно-технологічний підхід.*

MEDIA SPACE AND DOCUMENTARY COMMUNICATIONS: INFORMATION AND TECHNOLOGY APPROACH

L.Ya. Filipova

The article traces various scientific terminology and definitions of «media» and «media space». Defined causal relationships between the ICT and media space, underlined the impact of Internet technologies. A definition of «media space of documentary communications» from the point of information and technology approach is proposed.

Keywords: *media-space, Internet, documentary communication, information and technological approach.*

У сучасному інформаційному суспільстві досить поширеними стають терміни *медіа* та його похідні: *мережеві медіа, on-line медіа, інтерактивні медіа, соціальні медіа, медіа-комунікації, медіа-мистецтво* і т. ін. Відомо, що *медіа* зазвичай пов'язують із поняттям *засоби масової інформації (або комунікації)* (ЗМІ), що цілком пояснюється англomовним походженням цього слова: *media* перекладається як *засоби масової інформації*. Тобто, і термін *медіа* трактується як сукупність усіх ЗМІ. Водночас існують і інші думки про поняття *нові медіа* або *нові ЗМІ*. Англomовний термін *new media* наприкінці ХХ ст. стали застосовувати для визначення інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту з користувачами, для позначення відмінностей від традиційних медіа, таких як газети. Цим терміном позначають процес розвитку цифрових, мережевих технологій і комунікацій, у результаті чого звичними елементами сучасної журналістики стають конвергенція та мультимедійні редакції [11-16].

У сфері журналістики використовується, поряд з іншими, слово *медіум* (О. Шапинська) у значенні певного інструменту перетворення досвіду в знання, а його форма множини *медіа* позначає знаки, які надають сенс подій повсякденного життя, причому мається на увазі існування численних знакових систем. Термін *медіум* вважається узагальненим, це будь-який

інструмент комунікації, який передає, або «медіює» значення. Телефон, радіо, фільм, телебачення – всі вони є *media*, поряд з печаткою і людським голосом, живописом і скульптурою [6].

У дослідженнях із теорії медіа підкреслюється зв'язок нових комунікаційних технологій зі змінним характером суспільства, зокрема у другій половині ХХ ст. Спостерігаються тенденції щодо поєднання світових медіа разом в широку універсальну систему, що складається «із супутників новин, кольорового телебачення, кабельного телебачення, відеомагнітофонів, лазерної техніки, процесу електростатичної репродукції, електронного високошвидкісного друкування, бази даних, Інтернету та інших мережевих систем [6]». Всі ці нові медіа постійно формують нові зв'язки як між собою, так і зі старими медіа: печаткою, радіо, кіно, телефоном, і т. ін. Формуються нові процеси споживання продукції медіа (ЗМІ), з точки зору числа видань і телеканалів, поширеності нових технологій, мультимедіа, інтерактивності і т. д., водночас не залишає сумніву культурна значущість прилучення до нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Наприкінці ХХ ст. безсумнівний пріоритет серед ЗМІ зміщується в бік електронних медіа, де чільну роль займають телебачення та Інтернет. Визнається факт здійснення «комп'ютерної революції» в сфері ЗМІ, яку значною мірою обумовлює Інтернет як всесвітня мережа, що сповіщає новий рівень глобальних комунікацій [6].

Виходячи з вище викладеного, цілком зрозумілою стає пильна увага до всього «медійного» з боку журналістів, лінгвістів і філологів; їхні спроби переосмислити класичні теорії журналістики та лінгвістики в умовах розповсюдження мережевих комунікацій у всесвітньому масштабі.

Слід підкреслити, що найзначніший внесок у розробку поняття *медіа комунікації* зробив німецький соціолог Ніклас Луман, завдяки своїм науковим доробкам, зокрема другої частини фундаментальної праці «Суспільство суспільства» (*Die Gesellschaft der Gesellschaft*) – «Медіа комунікації» (*Kommunikationsmedien*) [6]. Сучасні науковці в галузі соціології та культурології активно посилаються на його наукові положення щодо пояснення медіа комунікації як «елемента всеохоплюючої соціальної системи», і водночас вони прагнуть не тільки пізнати «культуру, життєвий світ як підсистему суспільства», як «фактор комунікації», а й визначити нові перетворення в суспільстві, викликані активним проникненням в усі сфери людського життя ІКТ, особливо – Інтернет-технологій.

Отже, таке явище сучасності, як Інтернет, змушує переосмислювати класичні визначення та категорії комунікативістики (теорії комунікації). Відбувається глобалізація засобів масової інформації та комунікації, трансформується вся структура комунікативного досвіду людини (О.Г. Філатова) [2]. Ці тенденції відбиваються і в сфері розвитку систем

документальної комунікації, в сучасних теоріях документальної комунікації (А.В. Соколова, О.П. Коршунова, С.Г. Кулешова, Г.М. Швецової-Водки [7] та ін.), в яких з'являються поняття *електронний документ*, *мережевий документ* та ін. Відбуваються об'єктивні трансформаційні процеси, в результаті яких *документальні комунікації* перетворюються на *документально-електронні комунікації*, тому що неелектронні елементи документальної комунікації в мережевому просторі практично не можуть існувати [3, 4].

Поняття *медійна сфера комунікації* пояснюється (С.П. Кушнерук) як середовище, в умовах якого здійснюється комунікація; це середовище визначає форми комунікації, її знакові особливості, правила комунікативних процесів; наприклад, електронне середовище комунікації, радіо-телевізійне середовище комунікації тощо [1]. У сфері комунікативістики *медійний простір* трактується дещо інакше, його слід уточнювати, тому що найчастіше його елементи ідеалізують до рівня якогось абстрактного феномена (гіпертекст, наприклад), як не зовсім зрозумілу даність, отриману ззовні. Слід зазначити також, що *медіа* розглядається як більш широке поняття, яке включає в себе всю сукупність технологічних засобів і прийомів, що служать для передачі конкретному споживачеві інформаційного повідомлення в тому чи іншому вигляді (друковане слово, музична композиція, радіо- або телепередача і т. ін.) [1]. *Медіа* розглядається як сукупність засобів аудіо- та візуальної комунікації, як засоби поширення реклами. Відзначається, що термін *медіа* не вживається самостійно, а служить частиною складно утвореного слова, яке є його окремим варіантом.

Із позицій інформаційно-технологічного підходу, поява понять, споріднених *медіа* в сучасному суспільстві, тісно пов'язана з комп'ютерними технологіями, є наслідком впровадження ІКТ (комп'ютерних та Інтернет-технологій) у сучасне соціальне життя, в системи соціальних комунікацій.

Застосувавши до даного явища філософську закономірність детермінізму, як закономірного взаємозв'язку та причинну обумовленість усіх явищ, не тільки природних, але й соціальних, отримаємо об'єктивне йому пояснення. Відповідно до цієї закономірності, присутній зв'язок явищ, а одне явище (причина) за певних умов за необхідності породжує, виробляє інше явище (наслідок).

У нашому випадку *причина* – це послідовний ланцюжок явищ і подій:

- розробка персональних ЕОМ (комп'ютерів);
- інформатизація і комп'ютеризація суспільства;
- упровадження Інтернет-технологій у всіх сферах соціуму;
- розробка сервісної програми Інтернету – World Wide Web (WWW або скорочено – Web), найпотужнішої інтерактивної комунікаційної Інтернет-послуги, яка заснована на таких

технологіях, які дозволяють користувачеві мати доступ до гіпертексту, мультимедіа-документів та інших носіїв інформації: аудіофайлам, відеофайлами, гіпермедіа-файлів і т. ін.

Наслідок – це *медіа-простір* та похідні від слова *медіа*. Тому що, з одного боку, в умовах Інтернет-простору трактування його виходить далеко за межі вузького трактування ЗМІ, з другого боку, в Інтернеті функціонують різні інформаційні повідомлення, в т. ч. й *медіа* та *гіпермедіа*. Завдяки Web-технологіям (веб-технологіям), відбувається зближення понять *медіа-простір* та *Інтернет-простір*. У мережі Інтернет функціонують веб-документи (у т. ч. мультимедіа-документи тощо), оскільки для документів у мережевому середовищі є обов'язкова умова – бути збереженими у відповідному форматі (в електронному вигляді), в якому обов'язковими складовими є гіпертекстові посилання (hiperlinks), які дозволяють користувачеві виконувати переходи від одного тексту до іншого, розташованому на сервері, географічно віддаленому на будь-якій відстані. Технологію гіпертексту необхідно застосовувати для формування інформаційно-документних ресурсів в Інтернеті. Система гіпертексту дає можливість користувачам створювати асоціативні мережі текстів, їхніх фрагментів і понять. Для управління створенням і редагуванням будь-якого гіпертексту в мережі треба використовувати відповідний стандарт або мову програмування (найбільш поширений – HTML (HyperText Markup Language)) [5]. Гіпертекстові посилання використовуються не тільки для отримання доступу до тексту, але до будь-якого іншого джерела інформації (файлу): аудіо-, відео-, мультимедіа- (або анімаційної), табличної, графічної та іншої інформації. Саме завдяки використанню таких технологій, веб-документам притаманні такі властивості, як інтерактивність, віртуальність, глобальність і т. ін.

Інформаційно-технологічний підхід до розгляду сучасного розуміння *медіа-простору*, зокрема для документальних комунікацій, однозначно вказує на головну причину його сучасного розвитку – Web-технології.

Таким чином, можна узагальнити вище сказане:

- *медіа*, з позицій теорії журналістики, – це сукупність всіх ЗМІ;
- *нові медіа* – це нові ЗМІ в умовах Інтернет-простору або, іншими словами, – Інтернет-медіа;
- *медійний простір*, із позицій теорії журналістики, – це узагальнене розуміння всього простору ЗМІ (і традиційного, і цифрового), що включає відео- та теле-комунікації, які також активно розповсюджуються в Інтернет-просторі;
- *медійний простір*, із позицій теорії комунікації, включає не тільки Інтернет-простір, а й інші засоби комунікації: електронні, радіотелевізійні, які теж активно розповсюджуються в Інтернет-просторі;

▪ *медіа-простір документальних комунікацій*, із позицій інформаційно-технологічного підходу, на наш погляд, може бути ототожнений із поняттям *Інтернет-простір документальних комунікацій*, оскільки його технологічною основою є Web-технології, які продукують веб-документи, що містять текстову (гіпертексти) і нетекстову інформацію: аудіо-, відео-, мультимедіа-, табличну, графічну й іншу, узагальнено названу – *гіпермедіа*.

Слід зазначити, що все вище викладене є лише оглядово-аналітичною спробою визначення нового соціального явища *медіа* через Інтернет-комунікації. Дослідження Інтернету як нового комунікаційного засобу, в т. ч. й в документально-комунікаційному середовищі, найближчим часом будуть продовжуватися, оскільки в окремих їхніх напрямках фіксується лише деяка феноменологія на шкоду її різнобічного вивчення та аналізу.

Використана література

1. Кушнерук С.П. Документная лингвистика : учеб. пособ. / С.П. Кушнерук. – 4-е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА: наука, 2011. – 256 с.
2. Филатова О.Г. Интернет как масс-медиа / О.Г. Филатова // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. – СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 232-240.
3. Філіпова Л.Я. Документально-електронні комунікації в умовах інформатизації освіти / Л.Я. Філіпова // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття : Матер. II Міжнар. наук.-практ. конфер. – Одеса : ОНПУ, 2009. – С. 18-20.
4. Філіпова Л.Я. Інформаційно-комунікативні прояви ресурсного потенціалу Інтернету / Л.Я. Філіпова // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – К., 2010. – №.2 – С.44-48.
5. Філіпова Л.Я. Основи комп'ютерної грамотності. Основи роботи в Інтернеті для бібліотечних працівників (Модуль 1) : [електронний ресурс] методичний посібник для тренерів/ Л.Я. Філіпова. – Х.-К., 2010. – 64 с.
6. Шапинская Е. Масс-медиа (средства массовой коммуникации) / Е. Шапинская // Лексикон нонклассики. Художественно-эстетическая культура XX века. – Режим доступа: <http://www.niv.ru/doc/aesthetic/lexicon/168.htm> – Загл. с экрана.
7. Швецова-Водка Г.Н. Система документальных коммуникаций / Г.Н. Швецова-Водка // Науч. и техн. б-ки – 2011. – №6. – Режим доступа : <http://ellib.gpntb.ru/subscribe/index.php?journal=ntb&year=2011&num=6&art=1> – Загл. с экрана.
8. <http://terme.ru/dictionary>
9. <http://ru.wikipedia.org/>
10. <http://www.slovotop.ru/10/media.html>
11. <http://www.neonplast.com.ua/info/glossary/all/14/>
12. <http://www.unesco.org/>
13. <http://ritmlife.ru/>
14. <http://termin.bposd.ru/publ/50-1-0-3386>
15. <http://edu.jobsmarket.ru/glossary/media/1261/>
16. <http://www.stonemistwarriors.com>