

УДК 316.77+316.472.4

Т.П. Савельєва

МЕДІАТИЗАЦІЯ В МЕРЕЖЕВОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ЗМІСТ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

В статті розглядається сутність процесу медіатизації суспільного життя, визначальну роль у якому відіграють сучасні мас-медіа та загалом комунікація, яка набуває нової якості в рамках мережевого суспільства. Визначаються складові медіатизації та окреслюються наслідки даного процесу.

Ключові слова: комунікація, медіа, медіатизація, мережеве суспільство.

В статье рассматривается сущность процесса медиатизации общественной жизни, определяющую роль в которой играют современные масс-медиа и в общем коммуникация, которая приобретает новое качество в рамках сетевого общества. Определяются составляющие медиатизации и очерчиваются последствия данного процесса

Ключевые слова: коммуникация, медиа, медиатизация, сетевое общество.

The article deals with the essence of the process mediatization of social life, in which the decisive role played by modern media and communication in general, which is acquiring a new quality in the network society. Defined components mediatization and outlines the consequences of this process.

Key words: communication, media, mediatization, network society.

Постановка проблеми. Глобальні зміни, які відбуваються в соціальній реальності, вже є беззаперечним фактом. Новий модус існування соціальної реальності низка вчених визначає як «мережеве суспільство», при цьому акцентується увага на змінах у всіх сферах діяльності, превалюванням у ньому мережевих відносин, зростаючій ролі мережевих структур.

Мережева організація суспільства передбачає залученість людей до глобального інформаційного простору що формується, з його різноманітними мережевими структурами, нову організацію сфер життєдіяльності індивіда, соціальних інститутів суспільства. Провідну роль в ньому відіграє комунікація, що має на сьогоднішній день різноманітні форми і завдяки якій організується «мережа».

Атрибутом сучасної комунікації є медіа. Дослідники оцінюють їх в якості одного із засобів конструювання соціокультурної реальності [15]. У зв'язку з цим багато вчених виділяють одну з провідних тенденцій у розвитку сучасного суспільства – медіатизацію суспільства як такого або його окремих інститутів, що вимагає осмислення даного процесу в рамках змін, що відбуваються в сучасному соціумі як на рівні глобальної спільноти, так і в рамках окремих локальних спільнот. Актуальність дослідження процесу медіатизації потребує

осмислення також і в зв'язку з появою електронних медіа, які є провідними засобами комунікації в мережеву епоху.

Аналіз актуальних досліджень. Ідеї про медіатизацію суспільного життя починають поширюватися з початку 70-х рр.. минулого століття в зв'язку з розвитком засобів масової інформації. Одним з перших термін «медіатизація», у своєрідному звучанні (англ. *medialization*) застосував англійський дослідник Дж.Б. Томпсон у роботі «Медіа і модерніті» для позначення ролі медіа, які транслюють не просто інформацію, а зразки культури, що формують сучасне суспільство протягом останніх століть. Сучасний світ, згідно Дж.Б. Томпсону, насичений комунікаційними мережами, досвід окремої людини все більше опосередковується технологічними системами виробництва і передачі символів – носіїв ідеології [22].

Для дослідження процесу медіатизації в мережевому суспільстві заслуговують на увагу роботи М. Кастельса, П. Бурдьє, Н. Лумана, Г. Маклюєна, А. Турена.

Серед вітчизняних дослідників, які розглядають медійну реальність, процеси медіатизації суспільства або його окремих інститутів у рамках різних наук, можна назвати М.А. Безносова, І.В. Рогозіну, Л.В. Нургалеєву, Д.І. Шаронова, А.І. Черних, Л.М. Землянову та інших.

Мета статті – виявлення сутності процесу медіатизації суспільного життя сучасного суспільства, яке на сьогоднішньому етапі розвитку набуває рис мережевого суспільства.

Виклад основного матеріалу. Інформаційне суспільство як комунікаційне визначає А. Турен. Відповідно до його уявлень комунікація складає основу соціуму та динаміки у ньому [19].

Ще одне трактування сучасного суспільства як «інформаційного» можна зустріти у М. Кастельса, який вказує на особливу форму соціальної організації, в якій створення інформації, її обробка і передача стають фундаментальними джерелами продуктивності і влади завдяки виникненню в даний історичний період нових технологічних умов. У такому суспільстві продуктивність і конкурентоспроможність економічних агентів залежать в першу чергу від їх здатності генерувати, обробляти й ефективно використовувати інформацію, засновану на знаннях. Сучасні технологічні умови, поява електронних засобів масової комунікації стають структуроутворюючою основою розвитку суспільства нового типу. Роль мережевих структур зростає не тільки завдяки глобальним комунікаційним системам (технічні засоби комунікації) – комунікація як така, її нова якість є одним з важливих факторів формування мережевого суспільства. У той же час сама комунікація підпорядковується логіці мережевого суспільства і набуває мережевого характеру [7].

Збільшення значущості комунікації в мережевому суспільстві, її визначальна роль у формуванні соціальної реальності, поява нових засобів масової комунікації та інформації, завдяки яким удосконалюються способи

комунікації та можливості передачі інформації, призводить до поширення процесу медіатизації.

Поняття «media» (мн. ч. від лат. «medium» – посередник) набуває сучасного значення з середини ХІХ ст. і позначає поширення повідомлень за допомогою особливих засобів зв'язку (пошта, телеграф). На початку ХХ ст. цим терміном позначали газети в якості рекламного посередника [21, с. 12]

Сучасні дослідники терміном «медіа» позначають всю сукупність засобів масової комунікації і масової інформації, явищ, пов'язаних із символічним опосередковуванням мислення. Медіа розглядаються як знакове середовище, посередник, який здатен структурувати та організовувати людське мислення і досвід [14].

У коментарях до роботи М. Маклюєна «Розуміння медіа: Зовнішні розширення людини» вказується, що термін «medium» має в англійській мові дуже широке і загальне значення, для передачі якого в російській мові немає рівноцінного аналогу. Більш прийнятним перекладом пропонується поняття посередник, яке не прижилося в соціологічному лексиконі, тому коментатор зупиняється на перекладі терміну як «засіб комунікації», а в ряді випадків пропонується використовувати такі варіанти перекладу, як «засіб повідомлення» та «засіб (масової) інформації». Крім того, даний термін має таке загальне значення, як «засіб зв'язку», і більш приватне значення «засоби спілкування» [12, с. 417].

У відповідності з теорією медіа М. Маклюєна, медіа розглядаються в якості розширень людського тіла. Сюди вчений відносив будь-які штучно створені предмети і явища, за допомогою яких здійснюється комунікація людини (мова, системи водопостачання, писемність, числовий рахунок, гроші, одяг, транспорт, міста, годинники, фотографію, ігри, спорт, мистецтво, зброю, народні збори, книгодрукування, електричне світло) [12].

У сучасній соціології поряд з терміном медіа розглядається поняття «медіасередовище», яке, наприклад, на думку Н.Б. Кирилової визначається як те, що нас оточує повсякденно як сукупність умов, в контексті яких функціонує медіакультура, тобто сфера, яка через посередництво засобів масової комунікації пов'язує людину з навколишнім світом, інформує, розважає, пропагує ті чи інші морально-естетичні цінності, виявляє ідеологічний, економічний чи організаційний вплив на оцінки, думки і поведінку людей [8].

У О.М. Кузьміна «медіасередовище» визначається як простір, в якому формується, поширюється і відтворюється за допомогою масових комунікацій та засобів масової інформації культура інформаційного суспільства [11].

Як вказує Н.Б. Кирилова, такі визначення поняття «медіасередовище» характеризують медіа не просто як засоби для передачі інформації, а як середовище, в якому виробляються, естетизуються і транслуються культурні коди [9]. Таким чином, можна визначити, що сьогодні з появою особливого простору медіа, який впливає на формування індивіда, ми можемо говорити про поширення процесу медіатизації.

Поняття медіатизація не є достатньо чітким і однозначним, про що говорить множинність його визначень.

Так, С. Жижек, розглядає медіатизацію як процес перетворення реального об'єкта в штучний: «тіло, яке майже повністю медіатизовано, функціонує за допомогою протезів і говорить штучним голосом» [5, с. 125].

Лінгвістичне розуміння медіатизації представлено у І.В. Рогозіної, яка визначає її як процес і результат глобального впливу на мислення індивідів за допомогою різних медіа, що виражається у формуванні картини світу за допомогою специфічних медійних когніотипов - когнітивних структур пізнання і представлення реальності, які виникають при взаємодії індивіда з глобальним інформаційним простором [16, с. 122.]

В.П. Коломієць розглядає процес медіатизації суспільства як проникнення електронних комунікаційних технологій в повсякденне життя людей, перетворення їх в органічне середовище проживання [10].

У соціальній інформатиці, яка представляє технократичний підхід, медіатизація розглядається як процес вдосконалення засобів збору, зберігання і розповсюдження інформації [14, с. 12].

У І.Д. Фомічової медіатизація постає як зростання обсягу і ролі процесів розповсюдження і отримання опосередкованої інформації, що замінює безпосередній досвід людей; посилення ролі фокусування ЗМІ на явищах і персонах, залежність їх статусу від уваги медіа [20, с. 9].

Таким чином, ми бачимо, що медіатизація – це процес, під впливом якого медіа «впроваджуються» в соціальні інститути суспільства, надаючи їм нового змісту і значення. Тому сьогодні частіше говорять про більш конкретні підпроцеси – медіатизацію політики, освіти, науки, споживчої культури тощо.

Так, Є.І. Дмитрієв, визначаючи роль ЗМІ в глобалізованому суспільстві, виділяє наступні фактори:

- медіатизація політики – процес, при якому політичне життя переміщується в символічний простір ЗМІ;
- медіатизація культури – втрата культурою своєї автономії і винятковості, її політизація та ідеологізація;
- медіатизація науки – процес, при якому медіа перетворюють будь-яку реальну проблему в модель, але роблять це не з метою пізнання, а з метою безпосередньої маніпуляції свідомістю [4]

Інші дослідники звертають свою увагу на такі процеси як

- медіатизація правового життя суспільства, під якою розуміється процес встановлення віртуальної правової реальності, що створюється засобами масової інформації [18];

- медіатизація релігії – в рамках цього процесу методи подачі інформації в релігійних мас-медіа стають більш різноманітними, пов'язаними з процесами в світських мас-медіа. З'являються аудіокнижки, які начитують духовні особи, требники для iPhone, соціальної мережі churchpeople.ru, релігійні послуги через мобільний або стаціонарний телефонний зв'язок [1]

Провідними засобами комунікації в мережевому суспільстві є електронні медіа, які є основою для виникнення мережевої комунікації. Як її уявляє Є.В. Волошин – така комунікація є сукупністю процесів інтерактивної взаємодії різноманітних за природою суб'єктів у просторі мережевих структур інформаційного середовища [2]. О.В. Назарчук визначає, що саме цей вид комунікації має свої особливості, серед яких він називає – багатоканальність, високу щільність логістичних шляхів переміщення інформації [13, с. 63]. До того ж мережа – полімагістральна структура, в якій дві точки завжди зв'язуються безліччю магістралей, а кожна магістраль складається з безлічі відрізків і шляхів, а також повторювана структура, за рахунок чого можливе охоплення великих просторів, досягнення високого ступеня комплексності та забезпечення єдності [13, с. 61].

При цьому О.В. Назарчук стверджує, що в мережах комунікаційним вузлом може бути який-небудь соціальний суб'єкт, який здатний обробляти та накопичувати, створювати нову інформацію, більше того, бути суб'єктом вільного волевиявлення і дії. Це може бути мережева структура індивідів (наприклад, революціонерів або терористів), мережа філій, мережа організацій, мережа інститутів [13, с. 63].

Основні характеристики сучасним мережам комунікації дає М. Кастельс – це відкритість, децентралізованість, саморозвиток, переважання горизонтальних зв'язків, автономність включених до них вузлів. Ці властивості роблять можливим ефективну роботу з інформацією [6, с. 13]. Технологічним базисом для організації мереж є Інтернет, який сам, будучи засобом масової комунікації, породжує нові засоби масової комунікації, нову якість структурування комунікації, що є безпосереднім чинником медіатизації. Цей фактор посилюється ще й завдяки тому, що через електронні, мережеві медіа сьогодні відбувається активний вплив на різні сфери суспільства і на окремого індивіда. Образи і символи, що транслюються мас-медіа, стають засадничими у конструюванні навколишньої дійсності.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Наслідки медіатизації сучасного життя не можна оцінити однозначно, не можна визначити тільки негативну чи позитивну сторону. В рамках окремо взятого соціального інституту необхідно індивідуально розглядати вплив мас-медіа на нього.

У цілому можна виділити наступні наслідки медіатизації – розширення можливостей людини у часі та просторі; поява віртуальної реальності; зміна повсякденності; впровадження медіа в традиційні соціальні інститути, де вони намагаються взяти на себе їхні функції і докорінно змінити їх функціонування; поява залежності від медіа – людина в окремих випадках «губиться» без їх підтримки (сьогодні не можна уявити собі людину без телефону, за допомогою якого він підтримує зв'язок з усіма, людину, яка не може спілкуватися без допомоги Інтернету, або людини, яка може відмовитися від телебачення, радіо, газет).

Виходячи з вищесказаного можна зробити висновок, що зміни, які відбуваються в технологічному розвитку суспільства, призводять до розвитку і

зміни ролі засобів масової інформації та комунікації, які є необхідною умовою медіатизації.

Суспільство, засноване на мережевих структурах не може існувати без комунікації, яка сьогодні значною мірою опосередкована електронними засобами, що допомагають процесу медіатизації суспільства набувати все більшого поширення. Можна погодитися з думкою вчених, для яких наслідком медіатизації є той факт, що засоби масової комунікації виступають вже не як канали поширення інформації, а й як творці і виразники інтересів нових соціальних структур [3, с. 122]. Дослідження цього процесу заслуговує подальшого уваги щодо окремих сфер життєдіяльності індивіда, що допоможе більш чітко визначити роль мас-медіа в мережевому суспільстві і сутнісні риси процесу медіатизації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балаклицкий М. Медиазация религии в Украине переживает бум [Электронный ресурс] / М. Балаклицкий. — Режим доступа : <http://www.fundgp.com/ru/events/news/48/>.
2. Волошин Е. В. Сетевая коммуникация как фактор формирования интеллектуального капитала: автореф. дис. на соискание науч. степ. канд .филос. наук: спец. 09.00.11 / Е. В. Волошин. — М., 2006. — 25 с.
3. Демченко С. Комунікаційний аспект у розбудові сучасного громадянського суспільства / С. Демченко // Теле- та радіожурналістика. — 2012. — Вип. 11. — С. 117—123.
4. Дмитриев Е. И. Основные факторы изменения роли СМИ в процессе глобализации информационного пространства / Е. И. Дмитриев // Философия и социальные науки. — 2007. — № 3. — С. 36—39.
5. Жижек С. Киберпространство, или Невыносимая замкнутость бытия / С. Жижек // Искусство кино. — 1998. — № 1. — С. 119—128.
6. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс ; [пер. с англ. А. Матвеева; под ред. В. Харитонова]. — Екатеринбург : У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. — 328 с.
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; [пер. с англ. ; науч. ред. О. И. Шкаратан]. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
8. Кириллова Н. Медиа среда российской модернизации [Электронный ресурс] / Н. Кириллова // ТелеЦЕНТР. — 2005. — №5(13). — С. 45—46. Режим доступа : <http://www.ifar.ru/library/book046.pdf>.
9. Кириллова Н. Б. От медиакультуры к медиалогии [Электронный ресурс] / Н. Б. Кириллова // Культурологический журнал. — 2011. — №4. — Режим доступа : http://www.cr-journal.ru/rus/journals/98.html&j_id=8.
10. Коломиец В. П. Медиа среда и медиапотребление в современном российском обществе / В. П. Коломиец // Социс. — 2010. — № 1. — С. 58—66.
11. Кузьмин А. М. Категория «медиа среда» и ее содержание на современном этапе развития общества [Электронный ресурс] / А. М. Кузьмин // Медиаскоп. — 2011. — №1. — Режим доступа : <http://mediascope.ru/node/765>.
12. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; [пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова]. — М.; Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. — 464 с.
13. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление / А. В. Назарчук // Вопросы философии — 2008. — № 7. — С. 61—75.

14. Нургалева Л. В. Электронные медиа: проблема выбора исследовательских подходов [Электронный ресурс] / Л. В. Нургалева // Социосфера. — 2012. — № 1. — Режим доступа : <http://sociosphera.ucoz.ru>.
15. Нургалева Л. В. Медиа как включенное звено коммуникации и практик интерсенсорного моделирования / Л. В. Нургалева // Гуманитарная информатика. — 2009. — Вып. 5. — с. 60—79.
16. Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект : [монография] / И. В. Рогозина. —М. : Изд-во Алт. гос. техн. ун-та, 2003. —290 с.
17. Соколова И.В. Социальная информатика / И. В. Соколова. — М. : Перспектива, Изд-во РГСУ. —271 с.
18. Третьякова О.В. Медиатизация правовой жизни общества: pro et contra / О.В. Третьякова // Вестник Поморского университета. Сер. «Гуманитарные и социальные науки». — 2011. — № 1. — С. 67—72.
19. Турен А. Возвращение человека действующего: Очерк социологии / А. Турен ; [пер. с фр. Е. А. Самарской]. — М. : Научный мир, 1998. — 204 с.
20. Фомичева И. Д. Социология СМИ: Учеб. пособ. для студ. вузов / И. Д. Фомичева. — М. : Аспект Пресс, 2007. — 335 с.
21. Черных А. Мир современных медиа / А. Черных. — М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. — 312 с. — (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского»).
22. Thompson, John The Media and Modernity: A Social Theory of the Media / John Thompson. — Oxford : Polity Press, 1995. — 314 pp.