

УДК 007:304:070

Д.М. Ядранський

## СУЧАСНИЙ МЕДІА-ПРОСТІР ЯК СИМУЛЯКР ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

*У статті проведено теоретичний аналіз праць авторів-постмодерністів стосовно медіа-простору та інформації в суспільстві постмодерну. Встановлено відмінності, що виникли під час суспільних трансформацій протягом останніх років та зазначено, яким саме чином відповідні зміни позначились на сучасному суспільстві в цілому та медіа-просторі зазначеного суспільства зокрема. Запропоновано авторське бачення характеристик сучасного медіа-простору та окреслено змістовні суперечки, що в ньому відбуваються.*

**Ключові слова:** медіа-простір, постмодернізм, інформація, фрагментація, симулякр, комунікації, частка інформації.

### I. Вступ

Дослідженням сучасного медіа-простору присвячена в сучасних соціальних комунікаціях значна частка наукових праць. При цьому, на наш погляд, на увагу заслуговує методологія дослідження, яка може бути використана для аналізу сучасного медіа-простору. Використовувані до цього об'єктивістські підходи до аналізу не відповідають сучасному етапу суспільних трансформацій. У суспільстві постмодерну медіа-простір та процеси, що відбуваються в ньому, набуватимуть ознак постмодернізації, чим зумовлюватимуть потребу в змістовному аналізі.

Змістовний аналіз цієї проблематики знаходимо в працях Ж. Бодрійяра, який розкрив аспекти постмодернізації мас-медіа [2]. У напрямі теоретизувань щодо змістовності та достовірності інформації в суспільстві постмодерну працювали такі всесвітньо відомі постмодерністи, як: М. Фуко, Ж. Дельоз та ін. Автори досить докладно розглянули цю тему, проте суспільні трансформації, що відбулися протягом останніх 10–15 років (з часів їх праць), вимагають переосмислення сучасного медіа-простору в суспільстві саме в контексті поточних соціальних процесів.

### II. Постановка завдання

Мета статті – проаналізувати трансформації, що відбулися в сучасному медіа-просторі останніми роками, та охарактеризувати сучасний стан самого медіа-простору.

### III. Результати

Те, що інформація в сучасному суспільстві перетворюється на симулякр, є відомим фактом, ще із часів Ж. Батая, французького філософа, письменника та поета. Він зазначав: “Мова не може виразити найпростішого поняття, наприклад, поняття блага, яким

може бути витрата, що полягає в чистій і простій витраті. Якщо для людини, а, заговоривши про людину, я змушений співвідноситися з буттям і водночас виявляється запроваджувана мною трудність, якщо для людини в певний момент витрата без всякої компенсації є благо, нам ніяк не висловити цю ідею. Мова відступає, бо мова утворена з речень, що виступають від імені ідентичностей, але з моменту, коли настає надлишок витрачених коштів, і ми змушені витратити не для прибутку, а витратити, щоб витратити, неможливо більше утриматися на рівні ідентичності” [5, с. 31].

За великим рахунком мова йде про споживацтво (консьюмеризм) у його сучасному трактуванні. О. Самарська, говорячи про дослідження Ж. Бодрійяра (одного з перших дослідників явищ споживацтва), зазначає, що “Знакове споживання охоплює все життя людей, починаючи від споживання речей і до споживання середовища людського життя, куди входять праця, дозвілля, культура, соціальна сфера, природа. Усе назване входить у людське життя у вигляді споживаних знаків, “симулякрів”, перетворюючи всю її в симуляцію, у маніпуляцію знаками. Знак, “симулякр” ніби допомагає людині оволодіти реальністю, але одночасно знищує реальне, замінюючи його собою [7].

При цьому одним із найбільш поширених знаків у суспільстві є мова. Зокрема, мова є засобом комунікації, передачі думок та почуттів. У ній розрізняють мову як мовлення (рос. речь) та мову як систему знаків (при цьому друге – об'єктивні підстави для першого) [4]. Певною мірою узагальнюючи думки Ж. Батая та Ж. Бодрійяра, можна констатувати, що мова (як система знаків), не маючи можливості об'єктивно справлятися зі змістовним навантаженням, втрачає свою первинну сутність (як засіб комунікації, передачі думок та почуттів), переорієнтовується на засіб продукування (створення) симулякрів. У цьому контексті постає питан-

ня щодо можливостей мови передавати сучасну інформацію.

У філософському розумінні інформація – властивість матерії (стан або здатність до взаємодії) і її кількість (міра), які відображаються в процесі інформаційного обміну. Розглядаючи місце інформації в сучасній знаковій системі та можливості мови як системи знаків відобразити зазначені зміни, слід згадати одну з властивостей інформації – інформація існує поза нашою свідомістю і може відобразитися в нашому сприйнятті тільки як результат взаємодії: відбиття, читання, отримання у вигляді сигналу, стимулу.

Свого часу Ж. Бодрійяр зазначав, що американці борються “двома найважливішими видами зброї: авіацією та інформацією. Іншими словами: це реальна бомбардування ворога і електронна решти всього світу... Такі армії не потребують території... Війна (у В’єтнамі. – О.Г.) була виграна одночасно обома сторонами: в’єтнамцями на землі, а американцями в електронному ментальному просторі...” [5, с. 7]. Таким чином, можна констатувати, що за часів досліджень Ж. Бодрійяра, інформація відіграла суспільно-перетворювальну функцію. Однак при цьому слід звернути увагу, що за часів В’єтнамської війни (1965–1973 рр.), у 1973 р. тільки був прокладений перший трансатлантичний кабель для передачі сигналів. Фактично кількість джерел інформації була досить чітко регламентованою, а медіа-простір (у сучасному розумінні) був дещо іншим.

Як слушно зауважує Т. Піскун, сучасний медіа-простір України являє собою систему, автори якої взаємодіють за мережним принципом. Організація медіа-простору в єдину мережу стає можливою завдяки Інтернету. Якщо медіа-простір у цілому є репрезентацією соціального простору, то Інтернет в інформаційному аспекті є репрезентацією самого медіа-простору [5, с. 104]. Віртуальність, властива сучасному медіа-простору, значною мірою трансформує систему комунікацій, трансформуючи характер взаємодії в процесі інформаційного обміну. Сам обмін на сьогодні також набуває трансформаційного характеру, який пов’язаний із намаганням окремих акторів домінувати в медіа-просторі. При цьому кількість акторів, які намагаються домінувати, постійно збільшується, що перетворює медіа-простір із середовища інформаційного обміну на середовище інформаційного домінування (спроб домінування). Більше того, такий інформаційний обмін перетворюється на інформаційне споживацтво.

Досліджуючи характер трансформацій, доцільно звернутися до Ж. Бодрійяра, який

для опису мас-медіа запропонував таку її рису як односпрямованість комунікації, викликану монополією фахівців і професіоналів щодо переданої інформації. Якщо взяти до уваги визначення комунікації як обміну, як простору взаємозв’язку слова та відповіді, а отже, і відповідальності, вони зовсім не мають психологічної й моральної відповідальності, але виступають лише як особистісна кореляція однієї та другої сторони в процесі обміну. Якщо ми визначаємо комунікацію як щось інше, ніж просто передавання/приймання інформації, то остання повинна увійти в обіг. Але вся сучасна архітектура мас-медіа, на думку автора, базується на забороні давати відповідь, що робить неможливим процес обміну. Статус споживача прирікає сьогодні читачів, слухачів, глядачів на становище заслання, який позбавлений можливості спілкуватись, а узагальнений порядок споживання являє собою не що інше, як порядок, при якому не дозволяється давати, повертати, обмінювати, а дозволяється лише брати й використовувати [1, с. 201]. У сучасному віртуальному просторі характер інформаційного обміну принципово трансформується. Так, оборотність, властива інформаційному обміну, набуває більш реалістичного характеру та стає принципово можливою. Однак через збільшення кількості інформації та інтенсивності інформаційного обміну виникає проблема в можливості актора сприйняти інформацію (тобто відсутні фізичні обмеження для здійснення такого обміну). Більше того, у такому разі відбувається фрагментація інформації, яка унеможливорює розуміння її первинної сутності.

Ж. Бодрійяр відзначав, що “масові комунікації дають нам не дійсність, а запаморочення від дійсності. Це алегоричний знак пристрасті, і події, і знаки є заспокоєливими.

Ми живемо, таким чином, під покровом знаків і у відмові від дійсності. Чудова безпека: коли ми дивимося на образи світу, хто відрізнити це коротке вторгнення дійсності від глибокого задоволення не бути в ній? Образ, знак, послання, все те, що ми “споживаємо”, – це наш душевний спокій, підкріплений дистанцією від світу, де навіть сильний натяк на дійсність швидше заколисує, ніж порушує” [5, с. 11]. На наш погляд, саме така віртуальність є бажаною для більшості споживачів інформації. Чим більше відчуття (реальність) образів світу, тим вищий ступінь задоволеності цими відчуттями. Саме цьому присвячений сучасний науково-технічний прогрес (3,4 5D симуляції тощо). При цьому на сьогодні інформаційна фрагментація призводить до розщеплення образів, які сприймаються як певні фрагменти (кристали) дійсності та починають втрачати

можливості для створення цілісних образів такої дійсності. Сучасна інформація перетворюється на окремий символ, який за аналогією з одиничним символом мови – буквою втрачає самостійне змістове навантаження.

Початок окресленої фрагментації інформації визнавав ще Ж. Бодрійяр, який зазначав: “Ставлення споживача до дійсного світу, до політики, історії, культури не є ставленням інтересу, участі, прийнятої відповідальності, але воно не є й тотальною байдужістю: це ставлення цікавості. Можна сказати відповідно до тієї самої схеми, що характеристикою споживання, як ми його тут визначили, не є пізнання світу, але нею не є і тотальне невігластво: воно визначається як незнання [6, с. 11]. На сьогодні, на відміну від твердження Ж. Бодрійяра, відбувається втрата інтересу до інформації. Збільшення фрагментації інформаційних повідомлень (як одиниць інформаційного потоку) призводить до того, що така інформація вимагає додаткових зусиль для її сприйняття, адже одинична інформація не несе в собі інформаційного сенсу. У такому розумінні, характеристикою сучасного інформаційного споживання є байдужість. Відповідно сучасний медіа-простір пов’язаний з обміном одиничними повідомленнями, які самі по собі не несуть інформації та сприймаються (узагальнюються) байдужими реципієнтами. У такому разі можна говорити, що сучасний симулякр перетворився на фрагмент симулякра, у бодрійярівському визначенні.

Повертаючись до теорії Ж. Бодрійяра, який визначав симулякр як те, що “перевершило” історію: “Симулякр створив “маси” (замість класів) і вони становили історичний процес. “Маси” – мовчазна більшість, чорна діра, що поглинає соціальне; вони тяжіють до фізичної і статистичної форми, одночасно несоціальної й надсоціальної, абсолютно соціальної. Вони не можуть бути керовані жодною політичною владою, але маси породжують ілюзії влади, ілюзії бути владою; функціонування всіх сучасних систем щеплено на тілі цієї смутної істоти мас” [2, с. 61]. Фрагмент інформації, сучасний симулякр, який не несе в собі інформації, виявляється неспроможним продовжувати створення “маси”, повертаючи владі можливість бути владою. Сучасний медіа-простір у цьому контексті можна розглядати як місце конструювання певних цілісних (придатних для сприйняття) симулякрів, які мають замішувати старі симулякри. При цьому контрвлада, використовуючи ті самі фрагменти, конструює інший симулякр (повністю відмінний від першого), який пропонується як заміна першого. Певні члени суспільства мають можливість самі конс-

труювати з фрагментів власні симулякри та пропонувати їх частці “маси” (хабітату). При цьому всі зазначені симулякри мають на меті симулювати один і той самий соціальний простір. Більше того, якщо така симуляція відбувається за участю (із залученням) до її створення конкретної особи, стан байдужості змінюється та перетворюється на стан впевненості (віри). Відповідні процеси створюють, по суті, авторитети, які є такими тільки в межах певного габітату та є невід’ємними від симулякра. По суті, такі авторитети стають часткою симулякра, не маючи реального авторитету.

У такому баченні по-новому постають концепції М. Фуко, який розглядав “смерть суб’єкта”, “смерть автора”, “смерть індивідуального тексту”. Відповідно до авторської логіки (насамперед, у медіа-просторі) ні автор, ні текст не можуть померти, адже ні автора, ні тексту просто немає. Є носій фрагменту інформації (часто навіть не контекстного). Така інформація, якщо і є в наявності виключно в цього актора, практично відсутніми є докази цього. Так, журналіст, уперше подаючи в медіа-простір певну інформацію про певну подію, не є власником цієї інформації, він цілком може бути особою, що транслює симулякр, створений іншими (власність на реальну інформацію належить тим, хто створив певну подію). Більше того, таку інформацію в контексті суспільного розвитку навряд чи можна розглядати як інформацію, адже є елементною інформацією симулякру більшого порядку, який буде згенерований на підставі узагальнення декількох фрагментів інформації, штучно відібраних у медіа-просторі.

Через маніпуляцію фрагментами симулякру стають реальні суспільні явища, відзначені В. Воронвою, зокрема: “Люди більше не прагнуть ідентифікувати себе з державою, будь-якою партією... (через конфлікт інтегральних симулякрів. – Я.Д.). Розвиваються зі швидкістю, що наростає, всі можливі соціальні кордони, дезорганізуються великі співтовариства та структури, зростає культурна фрагментаризація... (через спробу участі у конструюванні симулякрів усе більшої частини населення. – Я.Д.). Попередня однобічна ясність цілей і засобів людської поведінки та дії змінюється багатоманітністю, невизначеністю, неясністю, складністю, які важко сприймаються, оцінюються і з безліччю помилок здійснюються” [7].

Аналізуючи симуляцію знання (як інформації), важливо також звернути увагу на “мовні ігри”, про які говорив, свого часу Ф. Ліотар у доповіді “Постмодерністський стан: доповідь про знання”. Знання у своїй основі мають мовні ігри, кожна з яких відпо-

відає своїм критеріям компетенції істини, технологічної ефективності, справедливості, краси. На його думку, мовні ігри позначають те, що “кожне з різних видів висловлювань може бути визначено за допомогою правил, що визначають їх характеристики і можливі вживання”. До рис ігор Ф. Ліотар відніс такі:

- 1) правила гри не є її легітимацією;
- 2) зміна правил означає зміну гри;
- 3) кожен вислів – це хід у грі [2, с. 439].

На нашу думку, з часів Ф. Ліотара мовні ігри, по суті, втратили правила гри. На сьогоднішній фрагмент інформації може одночасно відповідати й не відповідати грі. У науці таке явище пов'язують із дискурсом. У медіа-просторі можливості мовних ігор нам вбачаються ще більш обмеженими через те, що для гри має існувати певна послідовність (взаємозв'язок) між ходами. Однак сучасні фрагментарні повідомлення є частками інформації, через що, по суті, не є закінченими висловами. У такому розумінні стає неможливою послідовність та нормативність у процесі мовної взаємодії.

#### IV. Висновки

Розглядаючи сучасний медіа-простір із інструментальних позицій привертає увагу той факт, що він є середовищем не стільки пошуку інформації скільки середовищем пошуку фрагментів інформації, які не підпорядковані жодній єдиній логіці та компілюються суб'єктом, виходячи з власних (часто апріорних) бачень і вподобань актора медіа-простору.

У соціологічному тлумаченні, за російським соціологом О. Юдіною, “медіа-простір – ... особлива реальність, яка є частиною соціального простору та організує соціальні практики й уявлення агентів, включених у систему виробництва та споживання масової інформації” [8, с. 151]. Можна констатувати, що на сьогодні саме існування такої соціальної реальності є сумнівним, адже високий ступінь фрагментації суспільства не може не впливати на дезорганізацію соціальних практик. Більше того, віртуалізація сучасного медіа-простору дає змогу говорити про певну віртуальну реальність. До того ж, як зазначалось вище, актори медіа-простору практично не споживають інформацію через те, що по суті займаються компіляцією різнорідних частин інформації, при цьому отримуючи певну (створену самим актором із фрагментів) інформацію, яка не є інформацією, тому що відображає суб'єктивну композицію фрагментів, та жод-

ним об'єктивним чином не пов'язана з реальною подією.

Безумовно, проведені теоретизування базуються на логічному продовженні праць відомих авторів філософії постмодерну кінця ХХ ст. та не містять під собою емпіричних доказів. Відповідні емпіричні дослідження, безумовно, мають стати напрямом подальших пошуків, однак очевидним фактом є те, що сучасний медіа-простір практично є засобом обміну та конструювання фрагментів інформації (а не інформації), що цілком відповідає визначенню симулякру за Ж. Бодрийяром (симулякр – це зображення без оригіналу, репрезентація чогось, чого насправді не існує).

#### Список використаної літератури

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления / Жан Бодрийяр. – Республика, 2006.
2. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийяр // Поэтика и политика: альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. – СПб., 1999. – С. 193–226.
3. Воронкова В.Г. Истоки возникновения постмодернизма: статус, разновидности и характерные черты [Электронный ресурс] / В.Г. Воронкова. – Режим доступа: [prints.zu.edu.ua/76/1/03vvghhc.pdf](http://prints.zu.edu.ua/76/1/03vvghhc.pdf).
4. Дидье Жюлиа. Философский словарь : [пер. с фр.] [Электронный ресурс] / Жюлиа Дидье. – М. : Международные отношения, 2000. – 544 с. – Режим доступа: <http://www.term.ru/dictionary/878/word/jazyk>.
5. Новейший философский словарь. Постмодернизм / [главный научный редактор и составитель А.А. Грицанов]. – Мн. : Современный литератор, 2007. – 816 с.
6. Пискун Т.В. Медиапространство как особая социальная структура: к методологии вопроса / Т.В. Пискун // Вісник Одеського національного університету. Соціологія і політичні науки ; Одеський національний університет ім. Мечникова. – 2010. – Т. 15. – Вып. 14. – С. 101–106.
7. Самарская Е.А. Жан Бодрийяр и его вселенная знаков / Е.А. Самарская / Бодрийяр Ж. Общество потребления.
8. Юдина Е.Н. Медиапространство как новая социологическая категория / Е.Н. Юдина // Преподаватель XXI век. – 2008. – № 2. – С. 151–154.

Стаття надійшла до редакції 19.11.2012.

#### Ядранский Д.Н. Современное медиапространство как симулякр информационной среды

*В статье проведен теоретический анализ трудов авторов-постмодернистов в отношении медиапространства и информации в обществе постмодерна. Установлены различия, возникшие во время общественных трансформаций в последние года и указано, каким имен-*

но образом соответствующие изменения отразились на современном обществе в целом и медиапространства указанного общества в частности. Предложено авторское видение характеристик современного медиапространства и очерчены содержательные споры, которые в нем происходят.

**Ключевые слова:** медиапространство, постмодернизм, информация, фрагментация, симулякр, коммуникации, доля информации.

**Yadranskiy D. Modern Media Space as a Simulacrum of Information Environment**

*The article deals with the theoretical analysis of the works of authors postmodernists regarding media space and information in society postmodern. Installing differences that arisen during the social transformations in recent years and pointed out exactly how those changes impact on modern society in general and media space this society in particular. The author vision characteristic of modern media space is offered and outlines the substantive disagreements that occur in it.*

**Key words:** media space, postmodernism, information fragmentation, simulacrum, communication, share information.