

СОЦІОПРОСТОРОВІ КОНЦЕПТИ МАС-МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

У статті висвітлено поняття соціального простору та мас-медійного дискурсу. Здійснено осмислення історичного становлення термінів, їх сучасної актуалізації. Розглянуто характеристики соціопросторових концептів.

Ключові слова: соціальний простір, соціальне поле, мас-медійний дискурс.

I. Вступ

Освоєння простору й часу в людському суспільстві розпочалося зі створення міфів про походження людини і світу. Словесний прояв простору продукується культурними, соціальними, політичними й іншими чинниками. Простір певного дискурсу є особливим концептуальним простором, який компонує його, вимагає застосування відповідних комунікативних засобів, стратегій. Фізичний простір людина відчуває, пізнаючи його через розташування фізичних тіл, явищ, які мають свою масу, довжину, швидкість пересування тощо. Сприйняття простору є однією із філософських проблем, якими людство цікавиться від початку часів.

Культура кожного народу зі своїм відтворенням світу корелює питаннями простору, адже просторові моделі будуються на зорових образах, які продукує індивід відповідно до того світогляду, який встановлено в цій культурі. Отже, сприйняття образів має свою національну специфіку. Зміни в зображенні просторових образів пов'язані зі змінами в світогляді народу. Дослідниця А. Петренко-Лисак розподіляє зображення на два типи: візуальний світ (тривимірною формою), візуальне поле (фіксація певної позиції) [9, с. 274–275]. Ці особливості фіксації просторових уявлень відбиваються на відтворенні просторових образів у різних типах дискурсу й пов'язані з комунікативним та інформаційним підпросторами в системі соціальної взаємодії, оскільки процеси соціалізації, самоактуалізації особистості є елементом соціуму.

Проаналізувавши основні риси культури від модерну до сьогодення, У. Еко виокремлює низку нових явищ естетики: естетика серійності, яка ґрунтується на принципах повторюваності та відтворюваності. Серійність передбачає різні типи повторюваності: *retake* (повторна зйомка), *remake* (переробка), серія (“петля”, “спіраль”), сага, інтертекстуальний діалог (іронічне цитування “спільного місця” (топосу) [6]. Щодо топосу – “спільного місця” йдеться про просторове уявлення, яке презентує культурний, мента-

льний варіант просторової актуалізації соціальної оцінки й соціальної комунікації. Мас-медіа використовують соціопросторові концепти для фіксації руху смислів.

II. Постановка завдання

Соціальний простір у системі масової комунікації є аспектом виміру рухів соціальної інформації, передачі смислів. Мас-медіа як один із регуляторів соціальних процесів активно залучає соціопросторові координати.

Метою статті є огляд соціопросторових концептів мас-медійного дискурсу, що є компонентами соціального конструювання. Завданнями дослідження: теоретичне осмислення соціального простору, концептуальних засад мас-медійного дискурсу; виділення основних соціопросторових компонентів в українському мас-медійному дискурсі.

III. Результати

Просторове мислення і просторові дослідження стають перспективним напрямом студій людини й соціуму як спроба розширити уявлення про навколишній світ. Цей своєрідний “просторовий переворот” (*spatial turn*) набуває рис трансдисциплінарності, об'єднуючи наукові пошуки в галузі філософії, соціології, комунікативних наук.

Дослідження соціального простору викликані епохою модернізму, адже постає проблема просторових відношень у суспільстві. Проблеми соціального простору і просторової стратифікації висвітлені в працях М. Зімеля, П. Сорокіна. Другим етапом досліджень соціального простору стає структуралістська парадигма, зокрема праця П. Бурдьє “Соціологія соціального простору”, в якій введено розуміння соціального простору як “структуруючої структури”, що здійснює керування соціальними процесами через соціально-культурні механізми, до яких віднесено мову, культуру, релігію. Через поняття соціального поля простір наділено множинністю соціальних полів, серед яких постає простір журналістики. Проблеми соціального поля журналістики як поля культурного виробництва, що продукує символічний капітал, розглянуто в праці “Про телебачення і журналістику”.

Разом зі структуралістським поглядом на соціальний простір у західному науковому

дискурсі набули розповсюдження дослідження соціального простору з позиції соціального виробництва, здійснені в працях А. Лефевра, який з позицій неомарксизму пропонує концепцію виробництва, за якою соціальний простір також є результатом дій, а також основою різних дій, отже, належить до сфери виробництва. Він пропонує два типи вияву простору в мистецьких творах: простір репрезентації, репрезентація іншого простору. Його праці 60-х рр. ХХ ст. стали предметом обговорень у 90-х.

Феноменологічну презентацію соціального простору висвітлено в працях А. Шюца [10;11], який онтологію життєвого світу вбачає в соціальному світі у взаємозв'язках людей. Він визнає інтерпретацію світу як процес індивідуальної організації особистості, що відображає світ відповідно до своїх планів. Вивчення простору має починатись із дослідження дії, а не структури.

Б. Верлен, автор альтернативної соціальної географії, розглядає простір як класифікаторську систему координат для матеріальних об'єктів. Соціальний світ він також співвідносить із виробництвом і відтворенням соціальних дій, тому "саме ці дії, а не "простір", становлять цей світ. Будь-яке поняття простору може дати лише зразок співвіднесення, через яке проблемні і/або релевантні матеріальні утворення, включені в дію, можуть мати перетворення" [4, с. 31]. Матеріальність стає осмисленою тільки під час виконання дій соціального характеру. Ця думка йде врозріз із концепцією виробництва А. Лефевра. Ця дискурсія є спробою пошуку вичерпного окреслення поняття соціального простору в науковому дискурсі.

Залежність соціальних обставин, динамічний процес вербалізації простору, що виявляє залежність від контексту, котрий задається різними параметрами (текст-контекст-інтертекст), становить собою дискурс. Дослідження дискурсу активно розпочато у 80-х рр. ХХ ст. Т. ван Дейк сформулював основну рису дискурсу – його соціальний характер і залежність від соціальної ситуації. Саме це відрізняє дискурс від тексту, адже текст є абстрактним, а дискурс завжди конкретним.

У літературознавстві інтертекст постає формувальним простором культури, основою конструювання сучасного тексту. Цей термін уведено Ю. Крістевою на позначення явища текстової динаміки, надалі він отримав розвій у працях Ж. Женетт, Р. Барта та ін. В основі аналізу Ю. Крістевої діалогічність мовлення М. Бахтіна, а також інші його розробки. Російський дослідник (його праці були опубліковані в 1970–1980-х рр.) розробив теорію хронотопу, ввів це поняття, заваживши, що поняття часу й простору певної культури пов'язане із суб'єктивними пе-

реживаннями і ґрунтується на ситуаціях, що визначаються історичною епохою і специфічною культурою [2]. У розробках М. Бахтіна можна визначити низку важливих принципів: рух смислів вбачається саме через категорію хронотопу; часопросторові координати мають схильність символізуватись, виявляючись у певних категоріях (для літератури актуальною є образно-символічна сфера, а отже, наявність стійких образів і мотивів, що мають хронотопну основу); мистецтво й література зокрема керується хронотопними цінностями різних ступенів та обсягів, тому можна виділити низку мотивів, що корелюються цими цінностями. Всі ці положення ілюструють структуралістський підхід, характерний і для розгляду парадигми соціального простору, другий етап актуалізації якого припадає на цей період.

Поруч із лінгвістичними й у цілому філологічними дослідженнями дискурсу варто відзначити соціологічний підхід. Так, Ю. Габермас пропонує розглядати поняття життєсвіту (компонентами якого є культура, суспільство, особистість) і комунікативної дії як два взаємодоповнювальні поняття. Соціальна практика немислима без інформаційної взаємодії, що реалізується в дискурсі.

Структуралізм займається здійсненням пошуків актуальних моделей мови, літератури, суспільства. М. Фуко здійснив спробу окреслення поняття дискурсу та його соціопросторових характеристик. У праці "Археологія знання" визначено ланцюг взаємозалежностей, співвідношення мови й соціального контексту суспільства. Творення певних структур суспільства здійснюється на основі мовних практик, що поєднуються із наукою та ідеологією, функціонуючи в полі мовних і позамовних практик. Постає питання про функціонування різних типів медійного дискурсу – рекламного, зв'язків із громадськістю, телевізійного, газетного тощо.

У праці "Інші простори" М. Фуко називає сучасну епоху (робота була написана в 1967 р., а опублікована в 1984 р.) епохою простору одночасно близького й далекого. Для попередніх епох дослідник відзначає простір локалізації, який сьогодні замінений на протяжність, а, отже, простір задається у формі відношень місцеположення, місцезнаходження. Рефлексії простору належать до досліджень простору душі, науковця ж цікавить зовнішній простір, який він розподіляє на два типи: утопії (утопія дзеркала, віртуальний простір) і реальний. Гетеротопії, що являють собою місця привілеговані, священні або заборонені, сьогодні заміщуються. В інтерв'ю "Простір, знання і влада" М. Фуко проаналізував міський простір, запропонувавши його організацію як модель (матрицю) держави. Просторове мислення в нього співвідноситься із поняттями території, комунікації, швидко-

сті. Він зауважив, що простір “відіграє основну роль у будь-якій формі громадського життя, простір є основоположним для будь-якого здійснення влади” [6, с. 232].

Ф. Бацевич пропонує розглядати текст у подієвому аспекті, зокрема, він визначається в когнітивному, мовному й позамовному чинниках. Н. Зелінська пропонує розглядати у трьох площинах, що становлять триєдність: “дискурс – текст, тобто мовлене або написане слово; дискурс – дискурсивна практика, тобто процеси продукування тексту, що творять дискурс; дискурс – соціальна практика, тобто інституційні обставини появи, продукування і сприймання текстів” [3]. Медійний дискурс постає в контексті діяльності відповідних соціальних інститутів, наприклад, журналістики, реклами та ін.

Французькі вчені (Р. Барт, Ю. Крістева) зауважують на діалогічності художнього твору. Р. Барт здійснює пошук природи художнього твору, який сформульовано в статті “Від твору до тексту”. Дослідник говорить про те, що текст акумулює в собі соціокультурні знання і пропонує задоволення його сприйняття без почування відчуженості, а також доходить висновку, що текст – “це такий соціальний простір, в якому не сховається жодна мова і жодний суб’єкт, який промовляє, не буде суддею, господарем, політиком, сповідником, дешифрувальником, і теорія Тексту невпинно зливається з практикою письма” [1, с. 496]. Розробки українських науковців поєднують поняття соціального простору та дискурсу. Так, Н. Мантуло розглядає дискурс як поле соціокультурної взаємодії з метою ретрансляції смислів і пропонує визначення дискурсу – “це когнітивна модель соціокультурного поля, що завдає рамки комунікаційної взаємодії” [8, с. 49]. Медійний дискурс відзначається наявністю контексту, процесуальністю, ситуативністю.

Контент медійного простору позначений концептами, що демонструють смислові інформаційні образи дійсності, відображені в мас-медійному дискурсі. Контенту притаманна змінюваність, що коригується певними подіями, концепти можуть також набувати нових смислів або уточнюватись чи виправлятись. Головним аспектом концептів у мас-медіа є їх діалогічність, що формується різними мотивами продукування інформації в мас-медіа.

Вагомою рисою мас-медійних концептів є їх просторовий і соціопросторовий характер. Просторові параметри набувають смислових значень, включаючись у соціокультурний фонд соціуму. Соціопросторові – надають соціальної значущості цим концептам. Наприклад, актуальним концептом, витвореним в українському соціумі й оформленим медіа, є Майдан. Як зазначає С. Дацюк, оці-

нюючи це явище, “Майдан – територія не географічна. Майдан – простір, що має ідеальний і значною мірою сакральний зміст, що виявився в подіях 2004 і 2013–2014 рр. в Україні” [5]. Майдан стає національним самоорганізованим інноваційним чинником демократії, втіленням структури громадянського суспільства в Україні. Характерною рисою організації інформаційного простору Майдану є соціальні мережі. Як зазначає автор, “Майдан став соціальною мережею, розгорнутою на топологічному просторі довірливих зв’язків, де географічний простір вже немає значення” [5]. Майдан досвідом соціального конструювання і новим типом соціального простору, в його творенні значну роль виконують медіа. Мас-медійний дискурс пропонує соціопросторові концепти актуальних смислів.

IV. Висновки

Сучасне суспільство здійснює перезавантаження наукової термінологічної системи, визначаючи актуальні наукові моделі, явища, поняття. Таким постає соціальний простір, становлення якого відбулося в період появи Модернізму, викликавши потребу соціопросторового осмислення світу. Пройшовши етап сучасних переосмислень від категорій структуралізму до неомарксистських, феноменологічних та інших окреслень, він заявив про свою унікальну здатність соціальної оцінки. Сучасний мас-медійний дискурс стає полем соціокультурної взаємодії, ретранслятором смислів.

Постає необхідність включення соціального простору до аналізу соціально-комунікативних процесів, а також вивчення мас-медійного дискурсу як когнітивної моделі соціокультурного поля, здійснення аналізу соціально-просторового чинника контенту мас-медіа.

Список використаної літератури

1. Барт Р. Від твору до тексту / Р. Барт ; пер. Юрка Гудзя // Антологія світової літературної-критичної думки ХХ ст. / за ред. Марії Зубрицької. – 2-е вид., доп. – Л. : Літопис, 2001. – С. 491–496.
2. Бахтин М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике / М. Бахтин // М.М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. – М. : Худож. лит., 1975. – С. 234–407.
3. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. Бацевич – К. : Академія, 2004. – 344 с.
4. Верлен Б. Общество, действие и пространство. Альтернативная социальная география / Б. Верлен // Социологическое обозрение. – 2001. – Т. 1. – № 2. – С. 26–47.
5. Дацюк С. Що таке Майдан? [Електронний ресурс] / С. Дацюк // Українська правда. – 2014. – 20 лютого. – Режим доступу:

- <http://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/5305cb8896062/>.
6. Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и эстетикой постмодерна [Электронный ресурс] / У. Эко. – Режим доступа: <http://provse.te.ua/2011/09/urodzhenka-ternopilschyny-zhurnalistka-radio-svobody-nadija-stepula-prezentuvatyme-novuj-roman-androhin/>.
 7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Inn_Povt.php.
 8. Зелінська Н. Дискурсивні практики української науки у дзеркалі видавничих реалій [Електронний ресурс] / Н. Зелінська. – Режим доступа: <http://knyhobachennia.com/?category=10&article=125>.
 9. Мантуло Н. Паблік рилейшнз: текст і комунікація: монографія / Н. Мантуло. – Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2012. – 320 с.
 10. Петренко-Лисак А. Соціальний простір у міждисциплінарному вимірі / А. Петренко-Лисак. – К.: VADEX, 2013. – 400 с.
 11. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / А. Шютц; сост. А.Я. Алхасов; пер. с англ. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой; научн. ред. пер. Г.С. Батыгин. – М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2003 – 336 с.
 12. Шюц А. Структури життєсвіту / А. Шюц, Т. Лукман. – К.: Український Центр духовної культури, 2004. – 560 с.
 13. Фуко М. Археологія знання / М. Фуко; пер. з франц. В. Шовкун. – К.: Основи, 2003. – 134 с.
 14. Фуко М. Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью / М. Фуко; пер. с франц. Б.М. Скуратова; под общей ред. В.П. Большакова. – М.: Праксис, 2006. – Ч. 3. – 320 с.

Стаття надійшла до редакції 14.05.2014.

Чернявская Л.В. Социопространственные концепты масс-медийного дискурса

В статье рассмотрены понятия социального пространства и масс-медийного дискурса. Осуществлено осмысление исторического становления терминов, их современной актуализации. Рассмотрены характеристики социопространственных концептов.

Ключевые слова: социальное пространство, социальное поле, масс-медийный дискурс.

Cherniavska L. Sociospatial concepts of discourse of mass media

The article is devoted to concepts of social space and media discourse. It represents a rethinking of historical establishment and modern updating of terms. The article concerns characteristics of social space concepts.

Human sciences are going through “spatial revolution” associated with an interest to the spatial researches in philosophy, sociology, communication science. Social space researches have been caused by the era of modernism, when it’s concerned a problem of spatial relations in a society (M. Zimel, P. Sorokyn). Redefining of this concept occurs in the pattern of the postmodern mind (P. Bourdieu, H. Lefebvre, A. Schutz, B. Verlaing).

Discourse researches reveal its characteristics features: social character and depending of social situation (T. Van Dijk). In the literary criticism intertext appears as a culture forming space, the base of modern text framing. This term was introduced by Y. Kristeva to define the phenomenon of textual dynamics. M. Foucault attempts to define the concept of discourse and its social-space characteristics. Developments of Ukrainian scientists combine concepts of social space and discourse. It’s offered to regard a discourse as a model social and cultural field (N. Mantulo).

Media space content is marked by concepts representing semantic information images of reality, which have been reflecting by the mass-media discourse. Variability is an inherent character of content, it’s corrected by certain events. Concepts also can acquire new meanings or can be improved or revised.

Spatial and social-space character is a significant feature of mass-media concepts. Mass-media discourse offers spatial concepts of important meanings. Maidan (square, place) is an actual concept, which was created in the Ukrainian society and formed by media. Maidan becomes a trial of social framing and a new type of social space. The sizable role in this process is belonged to media. Modern mass-media discourse becomes a field of social and cultural interaction, relay significations.

Key words: social space, social field, mass-media discourse.