

СУЧАСНИЙ МЕДІАПРОСТІР ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ФОРМУВАННЯ АКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ СПОЖИВАЧІВ МЕДІА

Сьогодні суспільство перебуває в процесі соціальних перетворень. Воно поділено на дві частини: одна – пропagaє традиційно-ментальні цінності існування, усталені роками; інша – створює нову реальність, використовуючи різноманітні інструменти її конструювання. Мас-медіа є одним з таких інструментів, які ми розглядаємо з позиції прикладних соціальнокомунікаційних технологій.

Ключові слова: медіапростір, прикладні соціальнокомунікаційні технології, інструментарій ЗМІ, Інтернет.

I. Вступ

На думку медіазнавця В. Іванова, сьогодні споживачі постійно використовують ЗМІ. Суспільство завжди було споживачем інформації та залежало від неї. Нині воно поволі набирає рис постіндустріального, інформаційного. Оскільки історія людства, крім усього іншого, є історією боротьби за владу й панування, то в контексті нинішньої ситуації влада опиняється в руках тих, хто має доступ до інформації, ідентифікації внутрішнього світу людини й змістових картин. До такої думки схильний Е. Тоффлер та деякі інші науковці (наприклад, [2]). Наразі засоби масової інформації володіють суспільною увагою, вони тримають соціум в інформаційній напрузі, змушуючи щоденно спостерігати за найменшими змінами в медіапросторі.

II. Постановка завдання

Мета статті полягає в дослідженні процесів формування сучасного медіапростору за допомогою прикладних соціальнокомунікаційних механізмів.

Об'єкт – формування українського медіапростору за допомогою прикладних соціальнокомунікаційних механізмів для утворення соціальної активності громадянина.

Предмет – сучасний медіапростір як середовище формування українських споживачів медіа.

III. Результати

У соціальних комунікаціях медіа тлумачать як канали, що забезпечують зберігання й передачу інформативних ресурсів, або як інструменти, що використовують для зберігання та подання інформації чи даних. Це поняття часто згадують як синонім масмедіа або новинних медіа, але воно може означати єдине середовище, яке використовують для комунікації (передачі) будь-яких даних.

Багато сучасних зарубіжних науковців досліджує формування та функціонування медіасередовища, адже цей процес є динамічним. Серед науковців можемо назвати таких, як: О. Акопов, О. Беляєв, Т. Брант, М. Бутиріна, О. Вартанова, О. Гарматін, А. Досенко, В. Іванов, В. Кіхтан, М. Колеснікова, Т. Лютий, Б. Стерлінг, Ф. Соєр, О. Ситник, О. Холод, М. Уланова, О. Шілов, І. Шохін та ін.

Брюс Стерлінг зазначав: «Ми живемо в Золотий Вік Мертвого Медіа. Ми винаходимо й вбиваємо медіа швидше, ніж будь-коли. Канали зв'язку зникають на наших очах: перфокарти, азбука Морзе, механічні друкарські машинки, лазерні диски і, особливо, десятки видів комп'ютерів. Гине канал – інформація відправляється на смітник. Чим більше наше життя пронизує медіа, тим легше втратити слід інформації» [8]. Так американський журналіст у своєму Маніфесті «мертвих» медіа [8] охарактеризував процес зникнення старого медіапростору та виникнення нових медіа, які повністю поглинають риси традиційних.

Сучасні цифрові носії, які отримують інформацію з кіберпростору, здатні програвати музику, як і магнітофон, що потребує інформаційного завантаження через CD-диски; для того, щоб подивитися фільм, уже не потрібно йти до кінотеатру – декілька «кліків мишкою» і можливість переглянути будь-яке відео надасть Інтернет, більше того, сьогодні користувач може отримувати інформацію для довготривалого використання – буквально будь-яке відео можна зберегти на своєму комп'ютері або ж на іншому цифровому носії, який має доступ до віртуальної мережі; щоб споглядати мистецькі твори, більше не потрібно все життя відкладати гроші на подорож до тієї чи іншої країни, адже потрібна інтернет-адреса за мить перемістить вас у будь-яке місце на планеті. Тепер співрозмовника можна не лише почути, а й побачити в реальному часі за допомогою інноваційних засобів зв'язку та новітніх технологій передачі інформації. Усе це ми називаємо комп'ютерною мультимедійністю, яка фактично стала основним фактором, що вплинув на занепад «старих медіа».

Новітні медіа – це посередники або носії інформації, які виникли з розвитком цифрових технологій (інтернет-видання, презентації на CD, комп'ютерні ігри, мобільні телефони тощо). До

новітніх медіа належать також медіа соціальні, інформація в яких створюється загальною аудиторією. Розвиток Інтернету спричиняє розвиток новітніх медіа – видів засобів масової інформації, існування яких тісно пов'язано із всесвітньою мережею [9].

Новітні медіа, зокрема, включають у себе різноманітні блоги (тематичні та особисті щоденники, в яких весь контент генерується користувачами), сайти (мережеві ресурси, що складаються з комплексу веб-сторінок, контент яких присвячений певній тематиці), віртуальні журнали (вид новітніх медіа, що найбільше нагадує традиційні журнали), різноманітні Wiki (ресурси з контентом повністю генерованим та редагованим різними користувачами) тощо. Легкість передачі інформації зумовлює ефективність використання новітніх медіа для громадських цілей, адже вони як засіб розвитку та посилення громадянського суспільства стали одним із провідних напрямів роботи для західних громадських організацій [9]. Новітні медіа виникли завдяки появі нових каналів комунікацій, інтерактивності обміну інформацією та перемозі контенту над якістю. Щоб зрозуміти, як відрізняються культурні продукти, створені традиційними та новітніми медіа, потрібно детально розглянути характеристики, які сьогодні формують сучасний медіапростір. Професор відділення візуальних мистецтв Університету Каліфорнії, Сан-Дієго, Л. Манович пропонує два фундаментальні принципи, за якими новітні медіа відрізняються від традиційних:

1) репрезентація в цифровому вигляді (усі об'єкти нових медіа є суб'єктами алгоритмічної маніпуляції, цифровими об'єктами). Вони виникають за допомогою цифрової обробки інформації пристроями, які мають відкритий доступ до віртуальної мережі;

2) модульність (будь-який об'єкт, створений за допомогою новітніх медіатехнологій, може бути скопійованим та вставленим до іншого об'єкта, що автоматично створює новий об'єкт). Одна й та сама інформація може бути поширена на нескінченну кількість інтернет-серверів (яких саме – залежить від характеристик інформації), створюючи тим самим нові інформаційні джерела, на які можна посылитися в реальному світі [12, с. 24].

Основною характеристикою комп'ютерної мультимедійності є те, що користувач отримав доступ до самовираження та став безпосереднім творцем нових медіа. Синтез людської творчості й нових технічних можливостей став реальним, насамперед, за допомогою комп'ютера. Цей мультимедійний пристрій став основним інструментом у процесі формування унікальної комп'ютерної культури, що дала початок новим течіям у медіапросторі. Тотальна комп'ютеризація привела до того, що Інтернет, без перебільшення, став головним посередником у створенні новітніх медіа – поєднання інтерактивних комунікаційних технологій та цифрових способів доставки інформації через глобальну мережу.

Інтернет – це глобальна телекомунікаційна мережа інформаційних і обчислювальних ресурсів [3]. Вона є фізичною основою для Всесвітньої павутини, або, як ще прийнято її називати, Всесвітньої чи Глобальної комп'ютерної мережі. Ця мережа відіграє важливу роль в інформатизації сучасного суспільства, є досить новим засобом комунікації та взаємодії між людьми. Існує безліч визначень Інтернету. Наведемо деякі з них. Відповідно до відомого веб-ресурсу «Вікіпедія», Інтернет (від англ. Internet, об'єднані мережі) – це глобальна телекомунікаційна мережа інформаційних й обчислювальних ресурсів [1, с. 22]. Іншими словами, всесвітня комп'ютерна мережа, яка поєднує мільйони комп'ютерів у єдину інформаційну систему. З технічного погляду, Інтернет є гігантською сукупністю мереж меншого масштабу, які об'єднують загальними правилами комунікації. Ці правила, названі інтернет-протоколами (TCP/IP), надають змогу спілкуватися комп'ютерам, які входять до мереж будь-яких типів, що використовують будь-які операційні системи й програми. Інтернет надає найширші можливості для вільного одержання й поширення різної інформації [1, с. 24]. Коли слово «Інтернет» вживають у побуті, частіше за все мають на увазі саме веб і доступну інформацію, а не саму фізичну мережу. Однак, з якого б боку не розглядали Інтернет, він, беззаперечно, пропонує широкі можливості для вільного отримання та поширення наукової, ділової, пізнавальної й розважальної інформації, а також докорінно змінює такі процеси, як: користування телефоном, перегляд телепередач, прослуховування радіо, створення аудіо- та відеосюжетів, демонстрація фотографій друзям, споживання новин і відгук аудиторії на побачене або почуте. Крім того, глобальна мережа пов'язує практично всі великі наукові та урядові організації світу – університети й бізнес-центри, інформаційні агентства та видавництва, утворюючи гігантське сховище даних з усіх галузей людського пізнання. Віртуальні бібліотеки, архіви, стрічки новин містять величезну кількість текстової, графічної, аудіо- та відеоінформації. І якщо ще кілька десятиліть тому мультимедіа була суто лінійною, людина жодним чином не могла вплинути на зміст інформації, яку споживала, то сьогодні спосіб подачі змінився. Інтернет став невід'ємною частиною сучасної цивілізації. Стрімко вриваючись у сфери освіти, торгівлі, зв'язку, послуг, він породив нові форми спілкування й навчання, комерції та розваг. «Інтернет-покоління» – справжній соціокультурний феномен наших днів. Для його представників мережа давно стала звичним і зручним супутником життя.

Людство вступило в новий, інформаційний, етап свого розвитку, і новітні технології відіграють у ньому величезну роль. Цікаво, що цей перехід дослідники передбачали ще кілька десятиліть тому. Наприклад, іспанський соціолог і постмарксист М. Кастельс розробив концепцію інформаційного суспільства, як відправну точку своїх побудов М. Кастельс використовує глобальну економіку й міжнародні фінансові ринки як основні ознаки прояву нового світового порядку в суспільстві.

Дослідниця І. Альошина зазначала, що і 80–90-х рр. ХХ ст. розпочався розвиток інноваційного етапу ідей інформаційного суспільства, що пов'язано зі змінами, які відбулися в розвитку сучасної індустріальної цивілізації. Зростання обсягів інформаційної складової було настільки стрімким, що до початку 1995 р. в американській економіці близько трьох чвертей доданої вартості всього промислового виробництва створювали за допомогою інформаційних технологій. У тому ж 1995 р., загальна кількість придбаних у США комп'ютерів (16,5 млн) уперше перевищила кількість придбаних автомобілів або телевізорів [1, с. 23]. Таким чином, перехід до інформаційного суспільства став набувати характеру реальної перспективи й навіть неминучої нагальної потреби. Фахівці із соціології, політології, економіки постали перед завданням сформулювати нові перспективи розвитку економічних і соціально-політичних систем в умовах реального функціонування технологій інформаційного суспільства. Розглядаючи концепції М. Кастельса, ми будемо спиратися на його фундаментальне дослідження «Інформаційна ера: економіка, суспільство й культура», а також на його новішу працю «Галактика Інтернет» [5]. У сучасному суспільстві інформаційні технології підносять значення знання й інформаційних потоків на високий рівень. На думку М. Кастельса, інформація й обмін нею супроводжували розвиток цивілізації протягом усієї історії людства й мали критичну важливість у всіх суспільствах, а зароджене інформаційне суспільство будується таким чином, що «генерування, обробка й передача інформації стають фундаментальними джерелами продуктивності та влади» [6, с. 42–43]. Соціолог стверджує, що інформаційні технології визначають картину сьогодення й ще більшою мірою будуть визначати картину майбутнього. До інформаційних технологій він включає «сукупність технологій у мікроелектроніці, створенні обчислювальної техніки (машин і програмного забезпечення), телекомунікації/мовленні й оптико-електронній промисловості» [6, с. 50]. Таким чином, ядро трансформацій, які переживає сучасний світ, пов'язане з технологіями обробки інформації та комунікацією.

Питанням масмедійних трансформацій цікавилися задовго до того, як вони виникли. Ще на початку 1960-х рр. канадський філософ та медіагуру М. Маклюен використовував термін «глобальне село» в контексті необмежених можливостей масмедіа в забезпеченні кожного домогосподарства інформацією з усього світу. Ця, колись здавалось би, фантастика вже втілена в життя. Раніше це було неможливо технічно, однак, з приходом електронної ери, людська свідомість виявилася приєднаною до замкнутої глобальної системи відеоконунікації. «Планетарний уніформізм» – так дослідник охарактеризував поняття, яке нині стало актуальним явищем, що задіяне в безпосередньому становленні прообразу нової цивілізації та новітніх медіа [8, с. 127]. Праці авторів, які ми розглянули в цьому дослідженні, підтверджують той факт, що новітні медіа з'явилися завдяки технічному розвитку людства та інформатизації суспільства. Тепер давайте визначимо, що таке нові медіа й розглянемо їх основні характеристики у формуванні медіапростору.

«Будь-яка медіа продукція, яка є інтерактивною й поширюється цифровими методами, є новітніми медіа,» – так визначає «new media» Канадська радіотелевізійна і телекомунікаційна комісія [9]. Її члени також підкреслюють важливість Інтернету в становленні нових медіа, оскільки він надає змогу використовувати для передачі певної інформації текст, відео, аудіо та зображення одночасно. Термін «новітні медіа» неможливо розглядати окремо від цифрових, комп'ютерних, інформаційних, мережних технологій та комунікацій, які, як нам уже відомо, є результатом масового використання мережі Інтернет. І якщо до цього часу медіа ґрунтувалися лише на аналогових та друкарських моделях мовлення, таких як радіо та телебачення, то поступово вони обросли новими технологіями, як наприклад, цифрова обробка зображень перед публікацією в газетах, тощо. Сьогодні нікого не здивуєш «цифровими» двійниками засобів масової комунікації, онлайн-видання вже стали традиційними, а деякі телеканали вводять у технічне забезпечення спеціальні програми, які автоматично, через Інтернет, налаштовують навіть пошук частот трансляції та виводять інформацію з телеекранів в Інтернет. Це значно спрощує процес пошуку й споживання інформації пересічним користувачем.

IV. Висновки

Провівши дослідження, можемо констатувати той факт, що на сучасному етапі розвитку прикладних соціальнокомунікаційних технологій ми вбачаємо необхідність ґрунтовного дослідження механізмів впливу на споживачку аудиторію. Також можна говорити про те, що є досить мала кількість систем класифікацій прикладних соціальнокомунікаційних технологій, які допомагають формувати соціально активну позицію українського споживача медійного продукту.

Сучасний український медіапростір України перебуває в постійній динаміці. Розвиток сучасних соціальнокомунікаційних технологій впливу на споживача потребує детальнішого вивчення та опису.

Список використаної літератури

1. Альошина І. Постіндустріальне суспільство й міжнародні комунікації / І. Альошина // Міжнародне співробітництво. – 2000. – № 1. – С. 22–27.
2. Іванов В. Ф. Масова комунікація як соціальне явище [Електронний ресурс] / В. Ф. Іванов // Бібліотека університету Шевченко. – Режим доступу: <http://ioumlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&articleM18>.
3. Інтернет [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/ІНТерНеТ>.

4. Кастельс М. Информационная эпоха [Электронный ресурс] / М. Кастельс // Электронна бібліотека. – Режим доступа: <http://lib.miemr.ru/plan/text/infomi/Kastel.pdf>.
5. Кастельс М. Информационная эпоха [Электронный ресурс] / М. Кастельс // Электронна бібліотека. – Режим доступа: <http://lib.miemr.ru/plan/text/infomi/Kastel.pdf>.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 303 с.
7. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – Москва : Канон-Пресс, 2003. – 309 с.
8. Стерлинг Б. Мертвая зона 2000 [Электронный ресурс] / Б. Стерлинг // МедиаАртЛаб. – Режим доступа: <http://www.mediaartlab.ru/db/tekst.html?id=24>.
9. Фонд «Відродження» оголошує конкурс «використання новітніх медіа» [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.telekritika.ua/notices/2009-03-02/44142>.
10. Что такое Новые Медиа? [Электронный ресурс] // Интеллектуальные технологии в Сети. – Режим доступа: <http://miw.by/post/200>.
11. Manovich Lev. The Language of New Media / Manovich Lev. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2001. – 354 p.

Стаття надійшла до редакції 19.05.2016.

Комина Т. О. Современное медиапространство как среда формирования активности украинских потребителей медиа

Сегодня общество находится в процессе социальных преобразований. Оно делится на две части: одна – пропагандирует традиционно ментальные ценности существования, устоявшиеся годами; другая – создает новую реальность, используя различные инструменты ее конструирования. Масс-медиа является одним из таких инструментов, которые мы рассматриваем с позиции прикладных социальнокоммуникационных технологий.

Ключевые слова: медиапространство, прикладные социальнокоммуникационные технологии, инструментарий СМИ, Интернет.

Komina T. Modern Media Space as a Medium Forming Activity of Ukrainian Media Consumers

Modern society is on the way of process of social transformation. It is distributed in two parts. One part is promote the traditional values of mental being established over the years. The other one creates a new reality, using various tools of design. The media is one of those tools that we look from the perspective of applied social communication technologies.

It always has shaped and cultivated the values of popular culture, asking sample values inculcated stereotypes of behavior and thinking. This complex multi-machine changes the way its influence on the consumer, according to the information needs of the latter and hidden challenges inherent to individual media products.

Media users are very active in their responding according to the changes happening around.

Through the media can shape their social activity. Modern media is social, or, as they are called the newest. They are largely different from old-style media system and contribute to the consolidation of society, through its transformation. Interference new media and contemporary society, unfortunately, is not sufficiently understood as a process of socialization through the media.

In this period of social transformation when the human's mentality and values are changing, the problem of media influence on the minds of particular importance. Modification of modern media contributes to the rapid development of new methods and techniques to influence the formation of social activity of citizens. With the advent of each new type of media it is necessary to explore the potential of its impact on society.

Key words: media space applications social communication technologys, media tools, Internet.