

УДК 004.032.6



*Світлана Грицай,
аспірантка кафедри бібліотекознавства
та соціальних комунікацій ХДАК*

Архітектоніка сучасного медіапростору

У статті автор звертається до проблеми структуризації медіапростору. Визначає його структуру як складну суб'єктивно-об'єктивну систему, що знаходиться під впливом соціальної дійсності.

Ключові слова: медіапростір, структура, соціальна система, об'єкти і суб'єкти.

Актуальність теми. Провести компонентно-структурний аналіз медіапростору як складної соціально-інформаційної системи — це означає дослідити його архітектоніку. Термін "архітектоніка" (architektonike) має грецьке походження. Спочатку він означав мистецтво будови, досягнення пропорційності, гармонійної композиції окремих частин, що утворюють єдине ціле. Пізніше його стали застосовувати не тільки щодо будівництва, а й до інших витворів людських рук, культурних артефактів. Цей термін також використовується при вивченні природно виниклих структур, наприклад, геологічних шарів.

У соціологічній літературі він зустрічається при описі соціального простору. На наш погляд, його можна застосувати і щодо медіапростору як природно виниклої соціальної структури, частини соціального простору. Архітектоніка передбачає вивчення елементів системи в контексті єдиного цілого, дослідження взаємозв'язку і взаємовпливу окремих елементів. При такому підході визначення архітектоніки медіапростору є актуальною проблемою теорії суспільної комунікації.

Ступінь вивченості проблеми. До проблеми архітектоніки медіапростору зверталися у своїх працях Ж. Бодрійяр, В. Ільганаєва, Т. Парсонс, Т. Черняєва, А. Холл та ін., які досить ретельно і системно розглядали структуру медіапростору, хоча сучасні умови його розвитку вимагають детальнішого аналізу його структурних компонентів. Таким чином, *метою* статті є визначення архітектоніки медіапростору з урахуванням сучасних реалій розвитку суспільної комунікації та масової інформації.

Виклад основного матеріалу. Медіапростір, як більшість соціальних систем, за своєю природою — відкрита система, що є, мабуть, його основною характеристикою. Саме на цю фундаментальну властивість медіапростору вказує В. Ільганаєва, зазначаючи, що феномен комунікації пов'язаний з різними просторами, середовищами та агентами взаємодії, що характеризують її природу і різноманітність засобів, форм субстанціональності [5]. Ця думка вітчизняної дослідниці збігається з твердженням Т. Парсонса про те, що "соціальна система завжди відкрита, тобто залучена у процеси взаємодії з навколишніми системами" [7, с. 546].

Те, що "...системи є відкритими, означає, що вони обмінюються матеріалами, енергією або інформацією з їхнім оточенням. Система замкнута, якщо немає входу або виходу енергій у будь-якій з її форм, таких, як інформація, теплота, фізичні матеріали тощо, і, отже, немає обміну компонентами" [9, с. 23]. Для соціальних систем відкритість означає насамперед обмін інформацією.

Однак медіапростір відкритий для одних взаємодій і закритий для інших. Наприклад, Ж. Бодрійяр визначає таку характерну рису мас-медіа, 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 та 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 бути піддана оборотності. Але вся сучасна архітектура мас-медіа, вважає автор, базується на забороні давати відповідь, що робить неможливим процес обміну. Статус споживача прирікає сьогодні читачів, слухачів, глядачів, за образним висловом Ж. Бодрійяра, 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 і використовувати. І саме на цьому, на думку Ж. Бодрійяра, ґрунтується структурна система медіапростору, його об'єктивно-суб'єктивний характер [2, с. 201].

Сучасний медіапростір являє собою систему, організовану за мережним принципом. Найважливішими, найконструктивнішими елементами медіапростору є Інтернет, телебачення, радіо, преса. Саме вони визначають головні тенденції розвитку медіапростору, і така його структура означає, що в ньому відсутня вертикальна ієрархічно вибудована система управління і переважають горизонтальні зв'язки між окремими елементами.

У 1948 р. американський учений Г. Лассуелл запропонував свою модель комунікації, розроблену на основі досвіду ведення пропаганди в армійських підрозділах у часи Другої світової війни. Цю модель однаковою мірою можна використовувати для аналізу масової комунікації та будь-якої комунікативної дії, яка розкривається у міру відповіді на питання, що послідовно виникають: хто?, повідомляє що?, на якому каналі?, кому?, з яким ефектом?.

"Формула" Лассуелла стала як моделлю, що відбиває структуру комунікаційного процесу, так і моделлю дослідження цього процесу, його структури та окремих елементів [6].

Однак це не дає можливості чітко і ясно структурувати медіапростір; на думку автора, організація медіапростору в єдину мережу стає можливою завдяки макропідходу.

Макропідхід у своєму аналізі засобів масової комунікації застосовують М. Маклюєн, Ж. Бодрійяр і В. Ільганаєва. М. Маклюєн розглядає мас-медіа з точки зору екологічної,

як стійке середовище, що створене самою людиною і стало умовою її існування, умовою, яка суттєво визначає весь спосіб її життя і мислення. Але в той же час це підкреслено об'єктивний підхід. Вихідною передумовою для М. Маклюєна було його твердження, що мас-медіа — це своєрідне "продовження фізичних органів та органів чуття людини, і фізична природа цього "продовження", структура, яку воно має, закони, яким воно підпорядковується, — все це безпосередньо впливає на свідомість людини. Якщо в період механічного століття "ми продовжували в просторі наші тіла", то сьогодні під впливом електричної технології ми продовжили саму нашу нервову систему, поширивши її на всю земну кулю, скасувавши тим самим простір і час. Сьогодні світ суспільних взаємодій має той інтегральний характер, який був властивий лише індивідуальній нервовій системі. Електричні засоби комунікації (телеграф, телефон, радіо, телебачення) істотно змінили весь соціальний простір. Сучасна свідомість знову стала інтегральною і осяжною після століть розділеного чуттєвого досвіду. Люди миттєво відгукуються співчуттям і обуренням, коли вони виявляються включеними разом з усім людством в єдине продовження їхньої центральної нервової системи. Електричні засоби спілкування знищують просторову розмірність, а не збільшують її. За допомогою електрики ми повсюдно повертаємося до безпосередніх особистих відносин, як якщо б ми мешкали в крихітному селищі" [10, с. 70].

У концепції М. Маклюєна велику роль відіграє розподіл засобів мас-медіа на "гарячі" і "холодні". На його думку, існує фундаментальний принцип, що відрізняє гарячий засіб інформації, наприклад, радіо, від такого холодного, як кіно чи телебачення. Гарячий засіб продовжує одне єдине почуття людини до "високої визначеності", тобто до стану буття, насиченого даними, не залишаючи аудиторії багато можливостей для домислювання, завершення. Отже, гарячі засоби спілкування характеризуються низьким ступенем співучасті, а холодні — високим ступенем співучасті. Технічна природа засобів комунікації робить вирішальний вплив на той вид простору, який він формує. Природно, що гарячий засіб спілкування (подібний радіо) абсолютно по-іншому діє на аудиторію в порівнянні з холодним, таким, як телебачення. Тому радіопростір виявляється більш комфортним і менш агресивним, ніж телепростір. Радіо як засіб масової комунікації, вважає М. Маклюєн, відіграло надзвичайно велику роль в історії західної цивілізації як найбільш всеохоплююче продовження центральної нервової системи людини. Воно справляє глибоко особистий вплив на людей, "відкриваючи цілий світ невисловленого" між диктором і слухачем. М. Маклюєн порівнює радіо з африканськими барабанами, за допомогою яких здійснювалася і встановлювалася єдність племені [10, с. 172].

Важко переоцінити й вплив телебачення на формування соціального простору. Навряд чи існує хоча б одна сфера усталених взаємин — від родини і церкви до школи і ринку, яка б не була вражена телебаченням у своїй структурі й формах. З точки зору М. Маклюєна, суть справи полягає в тому, що телебачення виховало людей, мислячих і діючих специфічно. Він називає дітьми телебачення сучасне йому покоління американської молоді, вважаючи, що її свідомості властиві пошуки переривчастих дискретних образів і "добудовування" їх до міфологем. Телебачення формує у свідомості молоді нову концепцію життя, так звану "систему гри". Воно настільки змінює самих дітей, що їм тепер дуже важко встановити контакти зі старшим поколінням, підкоряться певним нормам виховання та поведінки.

Підхід Маклюєна до мас-медіа охоплює широку панораму об'єктивних змін в соціальному просторі, що виникають під впливом нових засобів комунікації. Ця концепція насамперед аналізує фізичну основу медіапростору — сучасні медіа. У ній досить повно відображений амбівалентний характер їхнього впливу на людину і на соціальний про-

стір в цілому, підкреслюється, що основною групою ризику, яка відчуває деструктивний вплив при залученні до телепростору, є молодь [10, с. 318—324].

У роботах Ж. Бодрійяра також проглядається макропідхід. Проте його концепція знаходиться на протилежному кінці континууму "об'єктивне-суб'єктивне". На наш погляд, це надзвичайно цікава спроба проаналізувати реальність засобів масової інформації з суб'єктивних позицій. Ця концепція створює цілісний образ медіапростору, пов'язаний із символічним змістом діяльності мас-медіа.

Ж. Бодрійяр називав реальність, що з'являється у результаті впливу засобів масової комунікації, "гіперреальністю" [1]. На його думку, у час розвинених мас-медіа не може бути оригінальної, первинної реальності, відмінної від фізичної. Досвід, який отримує більшість людей, не прямиий, а опосередкований, тому уявлення про соціальний простір цілком і повністю формуються мас-медіа.

Наше суспільство насичене образами — така ключова характеристика сьогодення автором. Причому настільки, що стає очевидним якісна відмінність порівняно з попередньою добою. Наприклад, за годину телеперегляду сучасний глядач може пізнати, "пережити" таку кількість образів, яку людина неіндустріального суспільства не змогла б пізнати протягом всього свого життя. Кількісна різниця виявляється настільки великою, що стає категоріальною. По суті, ми живемо в період, коли не існує відмінностей між образом та іншими формами досвіду.

Крім того, аудиторія тепер креативна, володіє самосвідомістю і рефлексією і всю інформацію мас-медіа зустрічає скептично та насмішувато, а тому легко перекручує, переінтерпретує і переломлює її первинний зміст. Люди охоче погоджуються з таким станом речей: вони знухаються над позером, який розраховує на ефект, — визнають, що все, зрештою, штучне. Вони скептично ставляться до політиків, які керують мас-медіа і вибудовують свій імідж завдяки піару, але визнають, що все це питання інформаційного менеджменту і маніпуляції. Таким чином, вважає Ж. Бодрійяр, людина не відчуває реальної потреби в правдивій інформації, оскільки вона погоджується з тим, що ніякої правди більше не існує. З цієї точки зору, ми увійшли в час "видовищ", коли людина розуміє штучність усієї отримуваної інформації, що справляє на неї відчутний вплив. Вона стає одномірною, оскільки протилежності або згаджуються, або зовсім зникають. Відповідно, відмінність справжнього і помилкового, реального та уявного в медіапросторі перестає мати значення. Настала, на думку Бодрійяра, епоха симуляції і симулякру. Зауважимо, що термін "симуляція", на переконання дослідника, ближчий за змістом до терміна "модельовання". Тобто мас-медіа моделюють особливу реальність, підмінюючи чуттєвий досвід індивіда. На думку автора, медіареальність і реальність емпірична (або реальність соціальних відносин чи фізичного простору) не мають різного онтологічного статусу. Наслідком цього є те, що тепер ми живемо в епоху симулякру, тобто подібності, видимості. Реальність не існує в об'єктивності емпіризму, реальність стає продуктом дискурсу. Тим самим приховується той факт, що будь-яка істина, що транслюється засобами масової інформації, є певною системою смислів, а не реальністю. Мас-медіа працюють у смисловому просторі аналогічно індустріальній системі у сфері економіки [3, с. 51—69; 126—132].

Інформаційні потоки мас-медіа відтворюють не об'єктивну реальність, а сучасний соціальний простір, одночасно констатуючи його. Запропонований нами підхід до інтерпретації медіапростору, форми репрезентації соціального простору прямо впливають з цього положення. Концепція Бодрійяра, без сумніву, глибоко відображає соціальні трансформації, вона торкається болючих точок сучасних масових комунікацій.

Спроба поєднати об'єктивний підхід Маклюєна із суб'єктивною інтерпретацією цього феномену на макрорівні

належить В. Ільганасвій, яка наголошує, що "до останнього часу джерелом конкурентної переваги були матеріальні аспекти, але нині ця роль перейшла до нематеріальних активів, що пов'язуються зі знанням. У надрах інформаційної економіки ХХ ст. зародилися паростки нової економіки. Першим великим експериментом можна вважати залучення передового досвіду — "knowhow", який, на жаль, розчинився в процесах освоєння інформаційних технологій і створення різномірних баз даних. Інновації в сфері бізнес-процесів знову привернули увагу до феномену "знання". Це активізувало сферу аналітики і підвищило роль експертів в будь-якій сфері" [4, с. 149].

В. Ільганасва вважає, що глобальні системи соціальних комунікацій об'єктивно зробили інформаційну цивілізацію реальністю. Виникає припущення, що інформаційне середовище можна розглядати як результат інформаційної діяльності людей і як умову комунікації між ними, а інформаційний простір — як форму суспільного буття людини. Відповідно до цього складається уявлення про: інфотехносферу — середовище технічних засобів відтворення глобальних інформаційних циклів — середовище комунікаційних зв'язків і обігу документалізованої, будь-якої структурованої електронної інформації, у тому числі й формалізованих знань; семіосферу — середовище сигналів — середовище ментальних структур; еніосферу — середовище енерго-інформаційних, духовних субстанцій. Вони презентують нові якісні зміни об'єктів, нові форми буття, інновації, що зумовлюють перетворення внутрішніх та зовнішніх зв'язків суб'єктів — чинників суспільної діяльності, і об'єктів соціальної реальності, і природи. Позиціонування СК-структур у межах нових реалій буття вимагає підвищення рівня осмислення фундаментальних основ їхнього функціонування. Розгортання соціальних комунікацій відбувається у певних глобальних процесах, що супроводжують людську діяльність:

— документалізації або реєстрації, фіксації, номінації інформації, її збереження, розповсюдження;

— актуалізації або забезпечення доступу до інформації через її опрацювання, організацію, структуризацію, у тому числі класифікацію, методи пошуку і подання;

— медіації або представлення інформації у будь-якому потрібному для споживання і використання вигляді, завдяки

інтелектуальному синтезу через уведення знання у систему штучного інтелекту, мультипредметності СК-систем [4].

Підхід, запропонований В. Ільганасвою, дає змогу розглядати медіапростір з точки зору теорії систем. Цей соціальний феномен, завдяки наявності певної сукупності властивостей, можна розглядати як цілісну систему. Наприклад, американські дослідники системних процесів Халл і Фейгон визначають систему як "набір взятих разом об'єктів із відносинами між об'єктами і між їхніми атрибутами, в якому об'єкти — це компоненти або частини системи, атрибути — це властивості об'єктів, а відношення "пов'язує систему разом".

Саме такий набір об'єктів і суб'єктів, що перебувають у постійній структурній взаємодії, і становить медіапростір в авторському трактуванні (рис. 1).

Як бачимо, ця структура найповніше охоплює все різноманіття явищ навколишньої дійсності і визначає місце повідомлень масової комунікації як в її пізнанні, так і в житті самої людини. Технічний і гуманітарний підходи, як ми вважаємо, поєднані у ній з найбільшою повнотою. Спираючись на методологічні передумови М. Маклюєна, Ж. Бодрийяра, В. Ільганасвої можемо визначити досліджуваний нами об'єкт у його структурному аспекті.

Медіапростір — це соціальна система, яка створюється взаємообумовленою цілісністю відносин виробників і споживачів масової інформації, що передається через засоби масової комунікації. Він є одночасно культурною і соціальною системою. Культурна система не тільки відіграє провідну роль у підтриманні масової комунікації, вона також сприяє розвитку соціальної системи. Саме в артефактах культурної системи, на нашу думку, нагромаджується той потенціал, який призводить до модифікації соціальної системи. Новації в культурній сфері через зміни системи цінностей, соціальних норм передаються соціальній системі. Новації, що виникли, можуть бути сприйняті та інституалізовані соціальною системою або відкинута, заблоковані нею. Якщо культурні новації закріплюються, то вони спричиняють ускладнення соціальної системи, що, в свою чергу, перебудовує та ускладнює саму культурну систему. Тобто медіапростір як культурна та соціальна системи розвивається шляхом наростання структурної складності обох систем.



Рис. 1. Структура сучасного медіапростору

Висновки. Таким чином, медіапростір є динамічною системою, що розширюється в міру розвитку суспільства, — це ключова властивість медіапростору. Форми і засоби надання інформації історично змінювалися. Медіапростір — не просто соціальна система, а система, компоненти якої об'єднані в соціальну мережу. Загалом його архітектоніка складна, кожен елемент у структурі може функціонувати в рамках відкритої системи, одержувати і передавати інформацію. У медіапросторі ядром, що організовує систему, виступає масова інформація, яку потрібно переробити для споживання аудиторією. Тому всі об'єкти: соціальні інститути, організації, групи та окремі особи, зайняті її виробництвом і споживанням, мають органічно входити в цю систему. У цьому сенсі медіапростір являє собою особливу реальність, яка є частиною соціального простору й організовує соціальні практики і представлення компонентів, включених у систему виробництва та споживання масової інформації.

Список використаної літератури

1. Бодрийяр Ж. Америка : США / Ж. Бодрийяр ; пер. с франц. Д. Калугин. — СПб. : Владимир Даль, 2000. — 204 с.
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. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр ; пер., вступ. ст. С. Н. Зенкина. — М. : Добросвет, 2000. — 387 с.

4. Лыганова В. О. Информация та знання в інформаційно-комунікаційних процесах / В. О. Лыганова // Social-Science : укр. наук. журнал. — Режим доступу: http://www.socialscience.com.ua/journal_content/91/9af_e74f3d90b5a4ed00ed0d5407871f. — Назва з екрана.
5. Лыганова В. О. Теоретико-методологичний синтез соціально-комунікаційного знання / В. О. Лыганова // Філософія спілкування : філософія, психологія, соціальна комунікація. — 2009. — № 2. — С. 96—101.
6. Модель Лассуэлла. — Режим доступу: http://its-journalist.ru/Articles/model_lassue-lla_chast_3.html. — Загл. с екрана.
7. Парсонс Т. О социальных системах / Т. Парсонс. — М. : Акад. проект, 2002. — 832 с.
8. Черняева Т. И. Архитектоника социального пространства / Т. И. Черняева // Тезисы I Всерос. науч. конф. "Сорокинские чтения 2000: Российское общество и вызовы глобализации". — М., 2004. — 110 с.
9. Hall A. D. Definition of System / A. D Hall, R. E. Fagen // General systems yearbook. — 1956. — № 1. — P. 18—28.
10. McLuhan M. Understanding media : the extensions of man / M. McLuhan. — New York : Signet, 1964. — 464 p.

В статті автор звертається к проблеме структуризації медіапространства, определяет его структуру как сложную субъективно-объективную систему, находящуюся под воздействием социальной действительности.

In the article, an author speaks about the problem of structure of medias space. Determines his structure as difficult subjectively — objective system, which is under act of social reality.

Надійшла в редакцію 18 січня 2012 року