

УДК 130.2

С.А. ДОВГАЛЬ

МЕДІАПРОСТІР ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Довгаль Сергій Анатолійович – зав. соціологічною лабораторією Дніпропетровського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

У статті концептуалізовано поняття медіапростору. Проаналізовано його сутнісні риси як предмета соціально-філософського аналізу.

Ключові слова: медіапростір, соціальна філософія, медіафілософія, медіакультура.

В статье концептуализировано понятие медиакосмоса. Проанализированы его сущностные черты как предмета социально-философского исследования.

Ключевые слова: медиакосмос, социальная философия, медиафилософия, медиакультура.

The concept «mediaspace» is conceptualized in the article. It's essential features as a subject of social-philosophical investigation are analyzed.

Key words: mediaspace, social philosophy, mediaphilosophy, mediaculture.

© С.А. Довгаль, 2012

Постановка проблеми. Історично склалося, що дослідження соціального простору стосовно розвитку мас-медіа спочатку розвивалися у межах соціальних наук як культурологічний аналіз медіа у системі соціальних відносин інформаційного суспільства та більш конкретно – як процес формування системи масових комунікацій інформаційного суспільства. Соціально-філософські дослідження медіапростору, хоча й спираються на культурологічний та комунікативний потенціал медіатеорії загальносоціального характеру, мають свою специфіку. Вона визначається на основі філософської предметності медіапростору як специфічного об'єкта дослідження соціальної філософії.

Стан дослідження проблеми. Медіапростір досліджується у роботах Л.Енгеля, І.Колінько, Є.Кузнецової, В.Савчука та інших вітчизняних і зарубіжних авторів. При цьому, як правило, медіапростір аналізується у контексті поняття медіа та медіального. Специфіка медіапростору як предмета соціально-філософського дослідження залишається поза увагою. Мета дослідження. Визначення специфіки поняття медіапростору як предмета соціально-філософського аналізу.

Виклад основного матеріалу. Проведення ясного кордону між дослідженнями медіапростору у філософії та соціальних науках, що займаються комунікаціями й досліджують комунікативний простір, дозволяє визначити, що у філософії мова йде власне не про медіа як такі. Медіа неможливо редукувати до форм репрезентації – скажімо, як театр чи кіно, або ж до технік друкарства чи служб передачі повідомлень, до тексту листа чи зображення чисел як символів, хоча все це так чи інакше є медіа. Усі ці конкретні репрезентації є атрибутами комунікаційного простору, але не медіапростору, і відповідно досліджуються науками про комунікації, а не філософією [8].

Це положення артикулює основну, філософськи обумовлену особливість аналізу соціального простору - відмінність між «медіумом» і «медіальністю». Таке визначення можна проводити різни-

ми способами. Одним з продуктивних підходів є ситуація, коли відношення медіума й медіально задаються через відмінність медіума й форми у Н.Лумана, тоді медіа «готують апарат для структуривання», який слугує для створення форм, після чого вже саме створення форм протікає в культурних практиках медіапростору. Медіа є «історичною граматику» форм, творів, змісту сенсів тощо, які виникають у культурних практиках і по суті визначають медіальне наповнення соціального простору [5]. Ще один підхід, який використовується в сучасній філософії, пов'язаний з адаптацією методології Хайдеггера щодо мовної інтерпретації медіального та змісту медіапростору. При цьому медіальний вимір соціального простору характеризується як така сутність, яка може показати, виявити себе лише в процесі говоріння, у перформативності мови, але при цьому сутність сама по собі не може бути предметом артикуляції. «Медіальність проявляє себе в якості тієї невизначеності, структура якої не схоплюється поперечними перформативами або зупинками, які втручаються в структури, винаходять розриви й протиріччя» [9, С.309]. В обох випадках мова йде про визначення саме філософської специфіки дослідження соціального простору, що ґрунтується на метафізично визначеній медіальності як «опосередкування» чи «напруги між буттям і ніщо, формою й матерією, суб'єктом і об'єктом або внутрішнього (душа) і зовнішнього (світ)» [4, С.176]. Вона чітко протистоїть дослідженням соціального простору як комунікативного простору, коли у центрі уваги знаходиться аналіз власне медіа, а не сутності медіальності.

Таким чином, на відміну від соціально-комунікативних теорій соціальна філософія намагається не пояснити медіа, а знайти медіа у соціальному просторі. І в цьому сенсі для неї немає медіа як таких, заданих медіа. Але її цікавить те, «як можливі медіа, які медіа можливі, і насамперед, що робить їх можливим і що уможлиблюють вони» [10, С.128]. При цьому мова йде не про предмет «медіа», але про філософське обґрунтування ме-

діа, медіума й медіального, які досліджуються й систематизуються у тому плані, яким чином вони визначають медіальне в медіареальності і медіапросторі, а саме: які перспективи або моделі вони пропонують, щоб розпізнавати й аналізувати медіальні практики, техніки, форми, диспозитиви, матеріали, перформативи, медіа-історичний розвиток; або щоб займатися аналізом взаємозв'язку технік, культурних практик і символічних рядів, творів тощо. У такому ракурсі дослідження медіапростору здійснюються у контексті спадщини таких визначних дослідників медіа, як Маклюен, Бенямін, Кіттлер, а також поняттям медіума від Аристотеля до Гегеля чи філософською проблематизацією медіума і медіального від досократиків до Лакана [6, С.12]. Важливою проблемою визначення специфіки філософського аналізу соціального простору є встановлення взаємозв'язку між філософською інтерпретацією медіапростору та його аналізом у межах конкретних дисциплін, що вивчають медіапростір, які інтегровано звичайно називають медіатеорією чи медіанаукою. Філософія завжди рефлексує поняття, в яких вона розробляє свої проблеми, тим самим перебуваючи осторонь від традиційної наукової моделі «предмет – метод». На сьогодні у дослідженнях медіапростору превалює аналіз із погляду метатеорії, при цьому в основному фіксується не механізм взаємодії, а точки розриву між медіанаукою і медіатеорією як дисциплінами з одного боку і філософією як методологічною та світоглядною основою аналізу медіального з іншого. Такий метатеоретичний ракурс залишає злам між медіатеорією і медіафілософією неосмисленим, що приводить до нерозрізнення медіатеорії й медіафілософії, філософських елементів медіатеорії й науково-теоретичних розробок медіафілософії щодо медіареальності та медіапростору [7, С.28]. У той же час основна проблема полягає у визначенні того, що може принести медіатеорія до філософської проблематики медіапростору й навпаки. На нашу думку, дослідження медіапростору у межах медіатеорії дійсно можуть бути інтерпретовані як філософські при наявності певних їх характеристик. Медіатеорія остільки є медіафілософією, оскільки вона поряд із проблематизацією медіа створює й нові підходи до медіа, нові філософські моделі пізнання, рефлексії, естетики, етики й тим самим уможливорює нові шляхи аналізу, постановки питань, інтерпретацій величезного поля медіареальності, медіакультури та медіапростору.

Проте на сьогодні у межах постмодерністської методології існує і достатньо радикальний підхід до розмежування філософських та науково-дисциплінарних досліджень медіапростору. Інституціоналізація філософських досліджень медіа у межах медіафілософії сприймається як привід для тотального розмежування останньої та медіатеорії. При цьому за межами філософських досліджень медіапростору фактично залишається значна частина реальних філософських знань, що виростають з узагальнень медіанауки. На нашу думку, у цьому випадку прагнення відмежувати філософські та дисциплінарно-наукові дослідження медіареальності та медіапростору приводять до того, що

філософія медіальності розуміється, наскільки це взагалі можливо, як руйнівна субверсивна практика, що виходить за межі власне філософії. Більш адекватною є позиція дослідників, які, конституючи наявність відмінностей між філософським та науково-дисциплінарним дискурсом дослідження медіапростору, все-таки не встановлюють надто жорстких кордонів між ними. Безумовно, при відсутності поділу між медіатеорією й медіафілософією проблема буде полягати не тільки в обміні поняттями та змістом між цими двома галузями знань, але й в ірритатії кордонів між медіатеорією і філософією. Проте у будь-якому випадку при цьому наявність відмінностей між філософським та дисциплінарним підходом не веде до руйнування власне філософського знання стосовно медіапростору. Загальним правилом при цьому є формування певного метатеоретичного підходу до дослідження медіареальності та медіапростору (якоїсь метатеоретичної перспективи, ракурсу, що дозволяє різноманітні перспективи). Завданням такої метатеорії, у цьому сенсі, є систематизація різних медіанаукових концептів - філософських і науково-дисциплінарних, і хоча їх «канон» уже консенсуально визначений, самі класифікації дуже різняться.

Загалом даючи узагальнену характеристику відмінності дослідження медіапростору у соціальній філософії та медіатеорії, слід констатувати, що в його основі лежать різні підходи. Медіатеорія аналізує медіальність соціального простору з погляду матеріальності, процесів, що відбуваються, функціонування конкретних складових медіапростору, комунікативного процесу тощо. Філософія аналізує понятійно-смысловий аспект медіа як інтегральної характеристики медіапростору. У першому випадку медіапростір аналізується поза людиною, в іншому – як сутнісна характеристика самої людини [3, С.134]. У цьому зв'язку є всі підстави стверджувати, що соціально-філософське дослідження медіапростору орієнтоване передусім на аналіз значеннєвого виміру функціонування медіа та їх уплетеність в особистісний світ людини. Реальність медіа залежить від того, чи містять медіа в собі силу істини, а істина медіального засобу є та дійсністю, яку даний засіб допускає до буття, є його здатність модифікувати реальність.

Значеннєва реальність медіапростору прямо й безпосередньо пов'язана зі здатністю медіа через передачу змісту організовувати реальну поведінку людей. З погляду цієї соціально-перетворюючої функції соціального простору для медіафілософії перш за все цікаві ті форми месиджів, які здійснюють зміни у формі життя людини. Нове предметне середовище, побудоване з нового матеріалу носія повідомлення, змінює конфігурацію життєвого простору людини, а тим самим і зміст її життя. Але у цьому випадку зміст, який утверджується в житті, не існує на рівні уявлень або понять, а даний як сама організація реальних дій людини. Істина повідомлень - це та реальність, яка виникає завдяки їхньому функціонуванню й дії. У цьому випадку між медіа й реальністю, соціальним простором немає відмінності. Медіа і є реальність людини, яка формує соціальний простір, тому що ця реальність

є посередником спочатку між людиною й природою, а потім і між людьми, співтовариствами, інституціями тощо [2, С.8]. Зі змістовного погляду медіапростір вивчається філософією перш за все як текст, що має особистісне для кожної людини значення. Реальність медіатекстових повідомлень подвійна. По-перше, як текстові повідомлення дані медіа представлені певними знаковими системами. По-друге, текстові повідомлення створюють за допомогою даних знакових засобів картину дійсності. У цьому випадку реальна сила медіапростору, його реальність полягає в тому, наскільки ця картина укорениться в дійсності, наскільки вона ввійде в реальність суспільства та окремої людини. Усяке текстове повідомлення у межах медіапростору несе конкретний зміст, яким воно укорінене у певному бутті, і це є його конкретна онтологія. Даний зміст може бути прийнятий або відкинутий, і підставою для цього є екзистенція, наділена соціальними, культурними, біографічними й іншими характеристиками, які дають можливість розпізнавати конкретне суще. Але будь-яке текстове повідомлення несе також певний універсальний (генеральний) зміст, який породжений його заглибленістю у генеральну онтологію. Ця остання є умовою розуміння всякого повідомлення, яке пред'являється екзистенції в межах її буття-у-світі [9]. І тут ми підходимо до визначення ще однієї особливості соціально-філософського дослідження медіапростору – з погляду його взаємозв'язку з культурним простором. Усяке послання (повідомлення) живе у полі культури, яка не тільки вбирає їх як артефакти, що з'явилися, але й породжує їх як свої здобутки. У цьому останньому випадку всякий твір культури отримує можливість бути посланням завдяки наділенню його об'єктивним змістом. Цей об'єктивний зміст виражається насамперед у мові самої культури – у мові вихідних ідей (змістів), ідей автохтонних, ідей, породжених самою культурною

здатністю людини. Культурна здатність людини виражається в її здатності стверджувати буття, стверджувати своє життя, що як таке, що здійснилося. Тому її реалізація вводить у буття розрізнення значущого й незначущого, перетворює буття в буття розрізнене та значуще. Ідея значущого або незначущого є автохтонна ідея культури, що надає всякому її здобутку вихідний зміст – бути осмисленим, значущим буттям. Оголошення значущого буття в «мислячій мові» автохтонних ідей створює онтологічну можливість існування самого медіапростору, який несе в собі орієнтацію на передачу значущого повідомлення, тобто повідомлення, що прагне стати реальністю [1].

Таким чином, основна особливість соціально-філософського дослідження медіапростору полягає у тому, що воно концентрується на його медіальності. Оскільки медіа в умовах інформаційного суспільства стають визначальними показниками соціального простору, дослідження останнього як медіапростору стає домінуючим у філософських розвідках. Змістовно специфіка соціально-філософського дослідження медіапростору визначається у процесі розмежування його предмета з предметами аналізу медіатеорії та комунікативних наук. У найбільш загальному вигляді ця предметність проявляється у тому, що соціальна філософія не аналізує медіапростір з погляду його інструментально-фізичної наповненості, як конкретні наукові дисципліни щодо медіа. Її основним предметом є визначення медіальності та її значеннєвого змісту з погляду соціальних суб'єктів, а також загальної атрибутивності медіальності соціальному простору. У цьому зв'язку найбільш загальними предметами соціально-філософського дослідження медіапростору є медіатекст у соціокультурному контексті та реальність медіапростору з погляду його впливу на формування соціальної реальності і картини світу людей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Колинко И. В. Социокультурное пространство как концептуальное и категориальное понятие современных общественных наук / И.В. Колинко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2007. – № 2. – С. 63–65.
2. Конев В.А. Медиа-реальность и реальность медиа / В.А.Конев // Вестник Самарской Гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». – 2009. – №2 (6). – С.3–10.
3. Константинова А.П. Социально-философская рефлексия медиатехнологий / А.П.Константинова // Известия Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета ЛЭТИ. – 2010. – № 9. – С. 130–135.
4. Кузнецова Е.И. Медиа и медиальное: социально-философский анализ // Е.И. Кузнецова, А.М.Дорожкин // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2008. – № 3. – С. 171–186.
5. Луман Н. Медиа коммуникации / Н.Луман. – М.: Логос, 2005. – 428 с.
6. Медиафилософия IV. Методологический инструментарий медиафилософии. Сборник тезисов / Под редакцией А.И. Иваненко. – СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2010. – 129 с.
7. Медиафилософия V. Способы анализа медиареальности / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. – СПб: Изд-во Санкт-Петербургского философского общества, 2010. – 279 с.
8. Савчук В.В. Медиареальность. Медиа субъект. Медиафилософия / Савчук В.В. // Медиафилософия II. Границы дисциплины / Под ред. В.В. Савчука, М.А. Степанова. – СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2009. – С.226–242.
9. Хайдеггер М. Бытие и время / М.Хайдеггер. – СПб: Наука, 2002. – 387 с.
10. Engell L. Medien waren: möglich. Eine Polemik / L.Engell // Was waren Medien?, Claus Pias (Hg.)– Zürich: Diaphanes, 2011. – S.35–47