

О. О. Порпуліт

кандидат філологічних наук, доцент
доцент кафедри соціології

e-mail: porpulis@ukr.net, ORCID: 0000-0002-5118-305X

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
вул. Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, Україна, 65058

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «МЕДІАКОНТИНУМ»

Мета дослідження – формування теоретичної бази щодо новітніх просторово-часових умов, які детермінують соціальнокомунікаційні практики XXI ст.

Методологія дослідження. У ході дослідження використано низку методів: обґрунтована теорія (*grounded theory*) – для розроблення індуктивно виведеної теорії медіаконтинууму як просторово-часового формату соціальнокомунікаційної діяльності початку XXI ст.; пілотне та власне тестове опитування – для з'ясування ступеня зручності/комфортності соціального комунікування в медіаконтинуумі; соціологічне спостереження – для деталізації тактик і стратегій взаємодії/взаємозв'язків акторів у ситуації самопрезентації в медіаконтинуумі; точкове дослідження й метод цілеспрямованого вибору – для визначення ступеня популярності в медіаконтинуумі інформаційно-комунікаційної практики, що ґрунтується на поєднанні вербальних і невербальних складників у єдине структурно-сміслову та функціональне ціле; анкетне опитування, шкала Р. Лайкерта, нестандартизоване інтерв'ю з експертами – для виявлення потреб у «реагуванні» освітньої системи на соціальнокомунікаційні реалії сьогодення в аспекті становлення нового просторово-часового формату проживання й експонування реальності.

Результати. Інтегральне бачення медіаконтинууму, розроблене в межах обґрунтованої теорії, як нового просторово-часового формату соціальнокомунікаційної діяльності базується на просторово-часових орієнтирах сучасності нового ґатунку – спаяність параметрів простору і часу; на розумінні соціально-культурного, технологічного, інформаційно-комунікаційного, екстериторіального, темпорального потенціалів нових медій, які, у свою чергу, інспірують здатність медіаконтинууму відтворювати безперервні зміни часових і просторових параметрів об'єктивної/суб'єктивної реальності, що створює підґрунтя для проектування й конструювання активності сучасного суспільства, для вимірювання динаміки/статичності станів соціуму; на соціальнокомунікаційних пріоритетах сучасності – потреба у взаємодії, спрямованій на обмін ідеями, цінностями, моделями поведінки, практиками життєдіяльності, стимулює соціальних суб'єктів/соціальні інститути до інкорпорування в медіаконтинуум.

Новизна. Упровадження концепту медіаконтинуум у науковий дискурс сприятиме оновленню соціальнокомунікаційної теоретико-методологічної бази, урівноважить розбіжності, що існують на сьогодні між академічними концепціями, суспільними очікуваннями, практичним досвідом роботи в умовах нарощення цифрових інновацій, приголомшливих темпів розвитку можливостей і перспектив портативних пристроїв інформаційно-комунікаційної взаємодії, продукуванням систем штучного інтелекту тощо.

Практичне значення. Запропонована модель медіаконтинууму пояснює просторово-часові реалії сьогодення; виокремлені евентуальності медіаконтинууму опрозорюють провідні тенденції соціального комунікування в новітньому просторово-часовому форматі.

Ключові слова: медіаконтинуум, обґрунтована теорія, соціальна евентуальність, технологічна евентуальність, територіальна евентуальність, інформаційно-комунікаційна евентуальність.

І. Вступ

Самоочевидна, промовиста трансформація просторових і часових параметрів існування людства, ініційована соціальним, інформаційно-комунікаційним, технологічним, екстериторіальним, темпоральним потенціалом сучасних засобів соціальнокомунікаційної взаємодії, нових медій, дає підстави констатувати, з одного боку, енергійне урізноманітнення цифрових нововведень і нарощення технологічного потенціалу, з іншого – ставить на порядок денний нагальну потребу усвідомлення, опанування і впровадження в життєвий обіг потенційних інновацій. Окреслені моменти актуалізують генерування й випробування теорій і вчень, спроможних пояснити реалії початку XXI ст. Швидкісні зміни в сучасному світі вимагають від дослідників соціальних

комунікацій і врахування трендів розвитку інформаційного суспільства, таких як: «безцінність соціальних мереж як платформи онлайн-спілкування», яка формується завдяки високоефективному поширенню інформації та інтерактивності коментарів, що сприятимуть інформаційному перезавантаженню [12]; зміна медійних практик під впливом громадянської журналістики, що змусили традиційні медійні інститути поступово відмовлятися від вертикальної та неінтерактивної моделі взаємодії з «активними та інноваційними реципієнтами» [9]; трансформація відносин між журналістами, роботодавцями й аудиторією в новий феномен – «журналістика без журналістів» [8]; демасифікація, сегментація, фрагментація аудиторії; набуття медіа статусу механізму формування особливої, поза межами тілесно-чуттєвого досвіду, реальності [10; 11; 7] тощо.

Словом, сьогодні не є актуальною теорія, що усвідомлюється як готова до використання «скринька зі знаряддями»; сучасна наука соціально-поведінкового, гуманітарного спрямування потребує методології, яка продемонструє, навчить, як будувати теорію знизу; потребує методології, що твориться з глибокого аналізу дослідницького матеріалу [2, с. 204]. Підхід «знизу», за термінологією П. Джойса, «конкретна теорія» (*concrete theory*), акцентує спроможність, потенційність емпіричних даних і дослідницького матеріалу розширювати теоретичне уявлення науковця, вона перегукується з обґрунтованою теорією (*grounded theory*) Б. Глейзера та А. Стросса, провідним принципом якої є теза: «не накидай на дані наперед прийнятих категорій, але дозволь категоріям народитися з даних» [2, с. 206]. Незважаючи на труднощі розуміння, оволодіння, імплантації стратегії «обґрунтованої теорії», у результаті її використання науковець досягає істотної з погляду теоретичної валідації переваги – «отримана теорія відповідає передусім емпіричній дійсності. А не стереотипам дослідника чи апріорним теоретичним концепціям» [1, с. 83].

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – формування теоретичної бази щодо новітніх просторово-часових умов, які детермінують соціальнокомунікаційні практики XXI ст.

У ході дослідження використано низку методів: аналіз і синтез – для виокремлення в межах конкретної наукової дисципліни домінуючих ознак категорій «простір» і «час», для окреслення смислових вузлів міждисциплінарного ракурсу дослідження категорій «простір» і «час», для форматування просторово-часової системи координат у межах певного фахового контексту; обґрунтована теорія (*grounded theory*) – для ідентифікації, поєднання й координування понять, фіксованих теоретичною, фаховою літературою в тандемі з дослідженням реальних/первинних даних; для розроблення індуктивно виведеної теорії медіаконтинууму як просторово-часового формату соціальнокомунікаційної діяльності початку XXI ст.; пілотне й власне тестове опитування – для з'ясування ступеня зручності/комфортності соціального комунікування в медіаконтинуумі; соціологічне спостереження – для деталізації тактик і стратегій взаємодії/взаємозв'язків акторів у ситуації самопрезентації в медіаконтинуумі; точкове (разове) дослідження та метод цілеспрямованого вибору – для визначення ступеня популярності в медіаконтинуумі інформаційнокомунікаційної практики, що ґрунтується на поєднанні вербальних і невербальних складників у єдине структурно-сміслову та функціональне ціле; анкетне опитування – для уточнення «прогалін» у готовності/спроможності студентів-журналістів працювати в новому просторово-часовому форматі; шкала Р. Лайкерта – для фіксації оціночного ставлення респондентів щодо навченості/озброєності працювати в з медіаконтинуумом; нестандартизоване інтерв'ю з експертами – для виявлення потреб у «реагуванні» освітньої системи на соціальнокомунікаційні реалії сьогодення в аспекті становлення нового просторово-часового формату проживання й експонування реальності.

III. Результати

Обґрунтована теорія постає з «індуктивного вивчення досліджуваного феномена; ...створюється, розвивається й верифікується в різних умовах шляхом систематичного збирання й аналізу даних, що пов'язані з ним; ...доброякісно, першокласно сконструйована теорія має відповідати чотирьом провідним критеріям: збігатися з реальністю, повинна бути зрозумілою, повинна бути абстрактною і містити достатню кількість варіацій, повинна забезпечувати контроль дій щодо феномена» [6, с. 21]. Інструментарієм обґрунтованої теорії є теоретична чуттєвість, теоретична вибірка, кодування (відкрите, осьове, вибіркоче), матриця умов.

За визначенням Б. Глейзера та А. Стросса, теоретична чуттєвість – здатність розпізнавати, розрізняти істотне/неістотне в даних, наділяти суттєве смислом. Джерелами теоретичної чуттєвості, з одного боку, є література, професійний досвід, особистий досвід, тобто комплексні знання, які дослідник залучає та впроваджує в дослідницьку ситуацію, з іншого – безпосередньо аналітичний процес, під час якого відточується техніка збирання й відшліфовується майстерність аналізу даних [6, с. 39–40]. Так, опрацювання теоретичної, фахової літератури в тандемі з безперервним, тривалим дослідженням реальних/первинних даних (щоденники практики, нестандартизоване інтерв'ю, анкетування, опитування, структуроване невиключене спостереження) скоординувало виявлення базових властивостей простору й часу інформаційного суспільства, сприяло окресленню інтегративної картини просторово-часових параметрів соціального комунікування початку XXI ст., ініціювало визначення функціонального статусу просторово-часової

спаяності в контексті суспільної взаємодії суб'єктів соціальнокомунікаційної діяльності, продемонструвало залежність просторово-часових векторів комунікування від мети, завдань, характеру суспільної взаємодії.

Обґрунтована теорія скерована на ідентифікацію, поєднання й координування понять, відповідно теоретична вибірка має задовольняти критерії кумулятивності, зростання глибини фокусу, послідовності, гнучкості. Доведення теоретичної релевантності вибірки потребувало аналізу значного масиву теоретичної, фахової, науково-методичної літератури й супроводжувалося виявленням випадків неодноразової присутності чи, навпаки, помітної відсутності поняття при порівнянні одного випадку з іншим. У цьому контексті нами був проведений компаративний аналіз наукових праць і моніторинговий аналіз доробків, опублікованих у вітчизняних і зарубіжних періодичних виданнях (дієвість і ефективність означених методів у ракурсі доведення теоретичної релевантності вибірки й досягнення задовільного ступеня теоретичної насиченості категорій були протестовані та продемонстровані в монографії М. Женченко «Цифрові трансформації видавничої галузі»):

- опрацьовано поодинокі й уривчасті погляди зарубіжних теоретиків комунікації щодо просторово-часових параметрів постіндустріальної (П. Віріліо, Г. Інніс, Е. Тоффлер), інформаційної (Т. Еріксен, М. Кастельс, Дж. Лалл, Н. Луман, Д. МакКвейл, Дж. Б. Томпсон), мережевої (М. Маклюен), постмодерністської (Ж. Дерріда), індивідуалізованої (З. Бауман, У. Бек, Ж. Ліповецьки) сучасності у фокусі спроможності нових медій трансформувати просторові та темпоральні виміри соціального життя;

- оброблено новітні науково-дослідні студії філософської, історичної, політичної, правознавчої, соціологічної, культурологічної, лінгвістичної, журналістикознавчої наук, апробовані на сторінках українських і зарубіжних періодичних видань, що експонували наукову рецепцію категорій «простір» і «час» у контексті галузевих теоретико-методологічних основ та концептуального апарату (відпрацьовано понад 1 тис. статей за останні десять років);

- схарактеризовано потенційні наслідки модифікації просторово-часових параметрів соціального комунікування за матеріалами періодики фахового спрямування (простудійовано понад 3,5 тис. статей, що були оприлюднені протягом 2015–2020 рр.).

Паралельно із цим тривало опрацювання реальних/первинних даних, отриманих за допомогою таких кількісних та якісних методів, як:

- пілотне і власне тестове опитування. Проведені пілотне опитування (травень 2018 р.) й опитування у фокус-групах (лютий 2019 р.), у яких взяли участь 50 осіб і 30 осіб віком 13–17 років відповідно, засвідчило, з одного боку, спроможність/здатність/зацікавленість підлітків у пристосуванні до нових технологій, до пошуку способів включення інформаційно-комунікаційного, соціального, просторово-часового потенціалів медіаконтинууму у звичні, відомі практики життєдіяльності, з іншого – незнання потенційних загроз, що супроводжують респондентів протягом «присутності» **е** і «співпраці» **з** медіаконтинуумом;

- соціологічне спостереження (відкриті акаунти акторів соціальних мереж Фейсбук і Інстаграм, загальна кількість – 60 різних акторів, протягом 2020 р.) дало можливість говорити про становлення, напрацювання нового, зумовленого виродженням традиційного кола спілкування, формату просторово-часової взаємодії акторів у медіаконтинуумі й констатувати переінжерування актора інформаційно-комунікаційної взаємодії загалом;

- точкове (разове) дослідження (квітень 2018 р.) і метод цілеспрямованого вибору (квітень 2018 р., грудень 2018 р., липень 2019 р.) виявили зростання популярності, загальноновживаності інформаційно-комунікаційного середовища, в якому вербальні й невербальні (візуальні, аудіальні, відеокомпоненти) складники генерують єдине структурно-смісловне та функціональне ціле з метою організації соціальнокомунікаційної діяльності між акторами, віддаленими й роз'єднаними у фізичних часі та просторі;

- анкетне опитування. Виникнення й упродовження єдиної цифрової платформи, конвергентні процеси в галузі ЗМІ, урізноманітнення спектра технологічних можливостей редакції спонукало нас до пошуку відповіді на питання трансформації журналістської освіти й пертурбації в роботі сучасного медійника в умовах суттєвої зміни просторово-часових орієнтирів сучасності і, відповідно, окреслення перспективи використання журналістом інформаційно-цифрових технологій, які, у свою чергу, ініціювали та стимулювали процеси прискорення часу, нуліфікації простору, становлення суспільства формату «24/7». Протягом 2014–2016 рр. ми проводили анкетне опитування студентів денного відділення факультету журналістики, реклами і видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (обсяг вибірки – 411 осіб) щодо виявлення тенденцій трансформації видів діяльності, виконуваних студентами-журналістами під час проходження практики, визначення частотності використання студентами теоретичних знань дисциплін соціальнокомунікаційного циклу, з'ясування «прогалін» у готовності/спроможності майбутніх журналістів працювати в новому просторово-часовому вимірі. Відповідно, було зафіксовано підвищення ступеня «затребуваності» практичних умінь і навичок, пов'язаних із зростанням сегмента нових медій, із «імплантацією» новітніх цифрових технологій у роботу сучасного медійника, з одного боку, і наявність певної дистанції, розбіжностей між надаваними теоретич-

ними азами дисциплін соціальнокомунікаційного циклу й вектором розвитку, дороговказами майбутнього фаху;

– шкала Р. Лайкерта дала змогу зафіксувати зростання параметра «зовсім не задоволений» / «радше незадоволений» і зменшення параметра «радше задоволений»/«цілком задоволений» якості професійних умінь і навичок, набутих під час проходження студентами-журналістами практик, і, відповідно, неготовність, іноді навіть ненавченість, потенційних роботодавців працювати в умовах складних, мінливих і майже невловимих стрибкоподібних змінах журналістського фаху;

– нестандартизоване інтерв'ю з експертами (редактори, заступники редакторів, керівники відділів, досвідчені медійники, до яких були прикріплені студенти-журналісти на час проходження навчальної/виробничої практики, загалом 33 особи, протягом 2017–2018 рр.) підтвердило виявлену на етапі анкетного опитування потребу в «реагуванні» освітньої системи на соціальнокомунікаційні реалії сьогодення, «дефіцит» універсального журналіста, здатного адаптуватися до принципово нового просторово-часового проживання й експонування реальності, до роботи з і у форматі медіаконтинууму.

Процедура збору даних, які ми позначали кодами, супроводжувалася акцентуванням положень, ідей і виокремленням понять, термінів, дефініцій на означення новітніх явищ, реалій, процесів, зумовлених і продукованих сучасними форматами соціальнокомунікаційної взаємодії у змінених просторово-часових координатах існування людства на початку XXI ст. Аналіз даних, будучи тривалим і поширюваним на всі етапи дослідження процесом, «здійснювався шляхом їх категоризації на основі тем, концепцій або будь-яких інших характеристик, і саме результати такого аналізу визначали напрям подальшого збору... даних» [3, с. 26]. Цей «аналітичний розмах», підкреслює Є. Доманська, є «характерною рисою» обґрунтованої теорії: «У ході аналізу генеруються інтерпретаційні поняття, які мають бути насичені емпірією» [2, с. 207].

Центральним процесом конструювання обґрунтованої теорії є процес кодування – операції розподілу, концептуалізації й поновленого поєднання даних, методика структурування якісних даних, що уналежнює кодування відкрите, осьове, вибіркоче [6, с. 48].

На етапі відкритого кодування ми, за термінологією Б. Глейзера та А. Стросса, «наклеїли ярлики (коди) на досліджувані феномени», ідентифікували категорії, репрезентовані в даних, згрупували подібні з подібними [6, с. 61]. Концептуалізація даних, здійснена під час відкритого кодування, результатом мала формування, комплектування первинного переліку теоретичних концептів, які стали предметом нашого подальшого дослідження: темпоралізований простір, позапросторова одночасність, географічний простір, історичний простір/історичний час, політичний простір/політичний час, інформаційний простір/інформаційний час, інформаційно-комунікаційний простір, соціальний простір/соціальний час, медіапростір, гетерогенність, відкритість медіаконтинууму, мозаїчність, фрагментованість, мобільність, часова амбівалентність, інформаційна етика, комплаєнс технології, фрагментація аудиторії, дигіталізація, медіаконвергенція, ризомність медіаконтинууму, мультимедійність, інтерактивність, глобальність і глокальність просторо-часового виміру сучасності, правова регламентація медіаконтинууму, часова локальність, інфоцентричність, гіпертекстуальність, демасифікованість, іграїзація, креолізованість, колоквіалізація, опосередкованість комунікування, перманентність медіаконтинууму.

У ракурсі соціальнокомунікаційного підходу, постульованого В. Різуном як «аналіз явищ у контексті суспільної взаємодії соціальних інститутів, засобів, соціальних ролей» [5, с. 12] і визначеного В. Корнеєвим як «спеціально організована методологія дослідження, в основі якої лежить виявлення соціальних параметрів функціонування об'єкта в умовах соціальних комунікацій» [4, с. 17], на етапі осьового кодування ми встановили зв'язки між первинними концептами згідно із запропонованою теоретиками обґрунтованою теорією парадигмою кодування, складовими елементами якої є умови, контекст, стратегії дії/взаємодії, наслідки [6, с. 80]. Так, шляхом з'ясування причинних умов і чинників виникнення/становлення виокремлених феноменів (умови), окреслення ситуаційних чинників, що моделюють, коригують втілення, дію, реакцію досліджуваних даних відповідно до потреб, мети, завдань соціального комунікування (контекст), виявлення спроможності/неспроможності концептів адаптуватися й реалізуватися відповідно до нових просторово-часових орієнтирів сучасності (стратегії дії/взаємодії), констатації результатів «політики» позитивного/негативного потенціалу даних/концептів/феноменів (наслідки), – ми увиразнили ширші категорії (медіаконтинуум, соціальна, технологічна, територіальна, інформаційно-комунікаційна евентуальності).

Порівняльна перспектива, що є критерієм якості процедур відкритого й осьового кодування, поєднує «інтервенційний характер» та «інтегративний потенціал», дала змогу зосередитися на пошукові подібностей, встановити універсальні аспекти медіаконтинууму, що є актуальними темами наукового обговорення й рецепції, вийти поза фрагментарне знання і, у такий спосіб, спрямовувати студіювання на побудову «цілісних візій досліджуваного явища» [2, с. 208]. Умовою порівняльної перспективи є зигзагоподібний рух між індуктивним і дедуктивним мисленням: дедуктивно припускаючи наявність зв'язків, акцентуючи їхні потенційні атрибути й параметри вимірювання, опрацьовуючи дані, ми фактично здійснювали верифікацію категорій, які виводили

дедуктивно, постійно порівнюючи один випадок із іншим [6, с. 92]. Відповідно, результатом здійснення осьового кодування є акцентування категорій, встановлення взаємозв'язків між ними, з'ясування властивостей і атрибутів категорій, які є наявними в досліджуваних фактичних даних/матеріалах.

Вибіркове кодування дало змогу інтегрувати марковані на попередніх етапах кодування категорії в центральну категорію – медіаконтинуум, констатувати патерни (за термінологією Б. Глейзера та А. Стросса, повторювані взаємозв'язки між властивостями й вимірами концептів [6, с. 108]) конгруентного співвідношення інформаційно-комунікаційного та соціального контекстів, скерувало подальшу наукову рецепцію категорії медіаконтинуум у напрямі виділення й деталізації його соціальної, технологічної, територіальної, інформаційно-комунікаційної евентуальностей (під евентуальністю ми розуміємо ракурс допустимих трансформацій, сценарій продуктивності) (рис. 1).

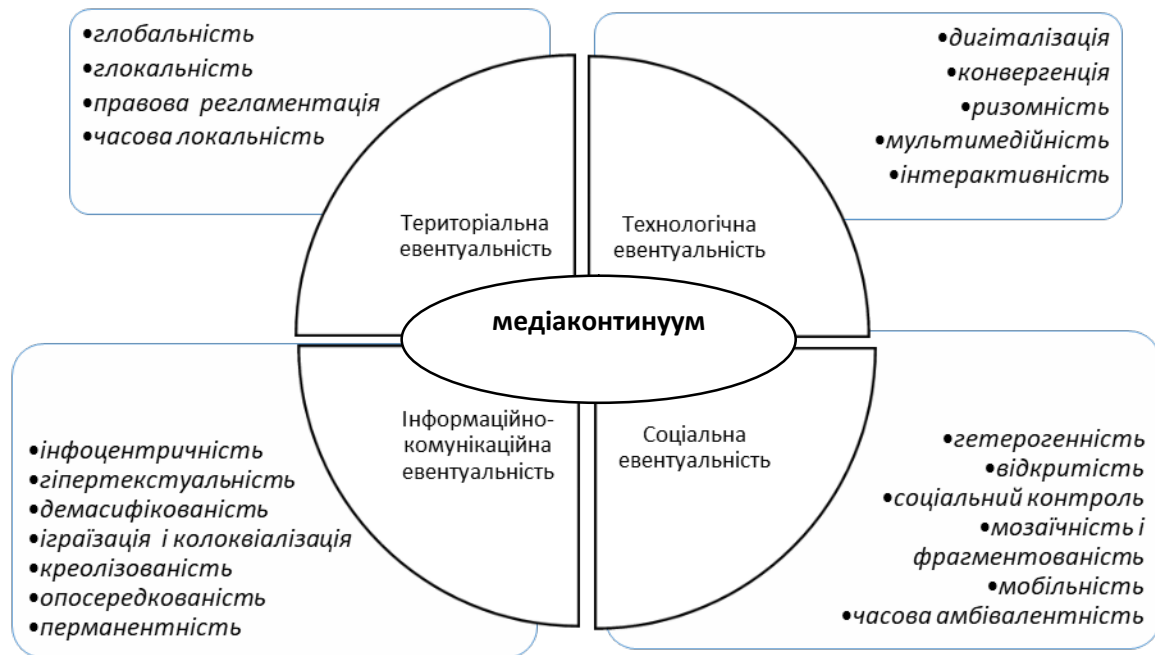


Рис. 1. Модель просторово-часового формату соціальнокомунікаційної діяльності початку XXI ст.

Словом, ключовий підхід обґрунтованої теорії – якісний дослідницький метод, що використовує систематизовану низку процедур для розроблення «індуктивно виведеної» обґрунтованої теорії певного явища [6, с. 21], – у поєднанні з провідним способом «дослідницьких дій, що його можна окреслити як вертикально-горизонтальний, тобто такий, що поєднує енциклопедичне, широке знання, яке потрібне для проведення порівнянь (горизонтальність), з глибиною досліджень випадків (вертикальність)» [2, с. 208], продукували фундамент для категоризації й верифікації даних, що характеризують та увиразнюють феномен медіаконтинууму.

Складне переплетіння ситуацій, взаємодій і наслідків поєднання означених евентуальностей, що увиразнюють категорію медіаконтинууму, утворюють матрицю умов. Згідно з теоретиками обґрунтованої теорії, перевагами використання матриці є:

– відточування теоретичної чуттєвості до «діапазону обставин», вимог, атмосфери, що стосуються досліджуваної категорії;

– напрацювання теоретичної чуттєвості до «діапазону потенційних наслідків» і ефектів, що виникають унаслідок дії/взаємодії векторів категорії;

– допомога в «систематичному поєднанні» траєкторій критеріїв, дії/взаємодії, підсумків із категорією [6, с. 134];

– і, відповідно, створення підґрунтя, з одного боку, до прогнозування тактик, стратегій комфортного соціального комунікування в новітньому просторово-часовому форматі інформаційного, мережевого, індивідуалізованого суспільства, з іншого – до розробки превентивних заходів щодо запобігання потенційним ризикам, загрозам, інспірованих випередженням темпів винайдення й імплантації в соціум технологічних винаходів і цифрових інновацій їхньому теоретичному осмисленню й цілеспрямованому емпіричному тестуванню.

IV. Висновки

Підсумуємо, інтегральне бачення медіаконтинууму, розроблене в межах обґрунтованої теорії, як нового просторово-часового формату соціальнокомунікаційної діяльності базується на:

– просторово-часових орієнтирах сучасності нового ґатунку – спаяність параметрів простору і часу. Відповідно, медіаконтинуум постає як пластична просторово-часова модель чуттєво-знакової реальності;

– розумінні соціально-культурного, технологічного, інформаційно-комунікаційного, екстериторіального, темпорального потенціалів нових медій, які, у свою чергу, інспірують здатність медіаконтинууму відтворювати безперервну зміну часових і просторових параметрів об'єктивної / суб'єктивної реальності, що створює підґрунтя для проектування й конструювання активності, енергійності сучасного суспільства, для вимірювання ритмів, циклів, динаміки/статистици станів соціуму;

– соціальнокомунікаційних пріоритетах сучасності – потреба у взаємодії, спрямованій на обмін поглядами, ідеями, цінностями, моделями поведінки, практиками життєдіяльності, стимулює соціальних суб'єктів/соціальні інститути до інкорпорування в медіаконтинуум – безперервно-протяжне утворення, початком запуску, реалізації й функціонування якого є «присутність» відповідних соціальних суб'єктів/соціальних інститутів у ньому.

Запропонована модель медіаконтинууму пояснює просторово-часові реалії сьогодення; виокремлені евентуальності (ракурс допустимих трансформацій, сценарій продуктивності) медіаконтинууму опрозорюють провідні тенденції соціального комунікування в новітньому просторово-часовому форматі; упровадження концепту в науковий дискурс сприятиме оновленню соціальнокомунікаційної теоретико-методологічної бази, урівноважить розбіжності, що існують на сьогодні між академічними концепціями, суспільними очікуваннями, практичним досвідом роботи в умовах нарощення цифрових інновацій, приголомшливих темпів розвитку можливостей і перспектив портативних пристроїв інформаційно-комунікаційної взаємодії, продукуванням систем штучного інтелекту.

Список використаної літератури

1. Дембіцький С. «Обґрунтована теорія»: стратегія збирання та аналізу якісних даних за теоретичної валідизації. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2010. Вип. 2. С. 64–83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stmm_2010_2_6 (дата звернення: 04.03.2022).
2. Доманська Е. Історія та сучасна гуманітаристика: дослідження з теорії знання про минуле. Київ : Ніка-Центр, 2012. 264 с.
3. Женченко М. Цифрові трансформації видавничої галузі : монографія. Київ : Жнець, 2018. 436 с.
4. Корнеев В. М. Соціальнокомунікаційний підхід в українській науці : дис. ... д-ра наук із соц. ком. Київ, 2016. 422 с.
5. Різун В. В. Зі статті «Соціальнокомунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії». *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. 2012. С. 1–12. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf (дата звернення: 04.03.2022).
6. Страусе А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. Москва : Эдиториал УРСС, 2001. 255 с.
7. Couldry N., Hepp A. Media and the Social Construction of Reality. 2020. URL: <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780197510636.001.0001/oxfordhb-9780197510636-e-2> (date of request: 04.03.2022).
8. Deuze M., Fortunati L. Journalism Without Journalists. 2010. URL: https://www.researchgate.net/publication/37612001_Journalism_Without_Journalists/link/00b7d51f39282cb2e3000000/download (date of request: 04.03.2022).
9. Jeljeli R., Setoutah S., Farhi F. Citizen-Journalist Dilemma Between Media Freedom and Professionalism: Dilema ciudadano-periodista entre libertad de medios y profesionalismo. *Utopía Y Praxis Latinoamericana*. 2021. Vol. 26. P. 394–406. URL: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/35359> (date of request: 04.03.2022).
10. Moinuddin S. Media Space and Gender Construction: A Comparative Study of State Owned and Private Channels in the Post Liberalisation Period. *Cambridge Scholars Publishing*. 2010. URL: <http://www.focusintl.com/GD147-%20Media%20Space%20and%20Gender%20Construction%20-%20A%20Comparative%20Study%20of%20State%20Owned%20and%20Private%20Channels%20in%20the%20Post%20Liberalisation%20Period.pdf> (date of request: 04.03.2022).
11. Nišić V., Plavšić D. The role of media in the construction of social reality. *Sociological discourse*. 2014. Vol. 4 (7). DOI: <https://doi.org/10.7251/SOCEN1407073N> (date of request: 04.03.2022).
12. Wang Y., Dai Y., Li H., Song L. Social Media and Attitude Change: Information Booming Promote or Resist Persuasion? *Frontiers of Psychology*. 2021. Vol. 12. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.596071> (date of request: 04.03.2022).

References

1. Dembicjkyj, S. (2010). «Obgruntovana teorija»: strateghija zbyrannja ta analizu jakisnykh danykh za teoretychnoji validydzaciji ["Sound theory": a strategy for collecting and analyzing qualitative data for theoretical validation]. *Sociology: theory, methods, marketing*, 2, 64–83. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/stmm_2010_2_6 [in Ukrainian].

2. Domansjka, E. (2012). Istorija ta suchasna ghumanitarystyka: doslidzhennja z teoriji znannja pro mynule [History and modern humanities: research on the theory of knowledge about the past]. Kyiv: Nika-Centr [in Ukrainian].
3. Zhenchenko, M. (2018). Cyfrovii transformacii vydavnychoji ghaluzi: monografija [Digital transformations of the publishing industry: a monograph]. Kyiv: Zhnecj [in Ukrainian].
4. Kornjejev, V. M. (2016). Socialjnokomunikacijnyj pidkhid v ukrajinsjkij nauci [Social communication approach in Ukrainian science]. (Extended abstract of doctor's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
5. Rizun, V. V. (2012). Zi statti «Socialjnokomunikacijnyj pidkhid u nauci ta ghaluzi socialjnoji inzheneriji» [From the article «Social communication approach in science and social engineering»]. *Electronic library of the Institute of Journalism*, 1–12. Retrieved from http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf [in Ukrainian].
6. Strause, A., & Korbin, Dzh. (2001). Osnovy kachestvennogo issledovanija: obosnovannaja teorija, procedury i tehniki [Fundamentals of Qualitative Research: Grounded Theory, Procedures, and Techniques]. Moskva: Jeditorial URSS [in Russian].
7. Couldry, N., & Hepp, A. (2020). Media and the Social Construction of Reality. Retrieved from <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780197510636.001.0001/oxfordhb-9780197510636-e-2> [in English].
8. Deuze, M., & Fortunati, L. (2009). Journalism Without Journalists. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/37612001_Journalism_Without_Journalists/link/00b7d51f39282cb2e3000000/download [in English].
9. Jeljeli, R., Setoutah, S., & Farhi, F. (2021). Citizen-Journalist Dilemma Between Media Freedom and Professionalism: Dilema ciudadano-periodista entre libertad de medios y profesionalismo. *Utopía Y Praxis Latinoamericana*, 26, 394–406. Retrieved from <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/35359> [in English].
10. Moinuddin, S. (2010). Media Space and Gender Construction: A Comparative Study of State Owned and Private Channels in the Post Liberalisation Period. *Cambridge Scholars Publishing*. Retrieved from <http://www.focusintl.com/GD147-%20Media%20Space%20and%20Gender%20Construction%20-%20A%20Comparative%20Study%20of%20State%20Owned%20and%20Private%20Channels%20in%20the%20Post%20Liberalisation%20Period.pdf> [in English].
11. Nišić, V., & Plavšić, D. (2014). The role of media in the construction of social reality. *Sociological discourse*, 4 (7). DOI: <https://doi.org/10.7251/SOCEN1407073N> [in English].
12. Wang, Y., Dai, Y., Li, H. & Song, L. (2021). Social Media and Attitude Change: Information Booming Promote or Resist Persuasion? *Frontiers of Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.596071> [in English].

Стаття надійшла до редакції 04.05.2022.

Received 04.05.2022.

Porpulit O. Methodological Toolbox the Study of the «Media Continuum» Concept

The purpose of the study is to form a theoretical basis for the latest spatial and temporal conditions that determine the social communication practices in the 21st century.

Research methodology. In the course of the research a number of the following methods were used: grounded theory – to develop an inductively derived theory of the media continuum as a spatial and temporal format of social communication activities of the early 21st century; pilot and the actual test survey – to find out the degree of convenience / comfort of social communication in the media continuum; sociological observation – to go into details of the tactics and strategies of interaction / relationships between actors in a situation of self-presentation in the media continuum; point research and the method of purposeful choice – to determine the degree of popularity in the media continuum of information and communication practice, based on a combination of verbal and nonverbal components into a single structural-semantic and functional whole; questionnaire, R. Likert scale, non-standardized interviews with experts – to identify the need for "response" of the educational system to the socio-communicative realities of today in terms of a new spatial and temporal format of living and exposure to reality.

Results. The integrated vision of the media continuum, developed within the framework of a grounded theory, as a new spatio-temporal format of social communication activities is based on: on the spatio-temporal itineraries of modernity of the new form, which is characterized by the cohesion of the parameters of space and time; understanding the socio-cultural, technological, informational and communicational, extraterritorial, temporal potentials of new media, which, in turn, inspire the ability of the media continuum to reproduce continuous changes in temporal and spatial parameters of objective / subjective reality, which creates the basis for design and constructing the activity of modern society to measure the dynamics / statics of the state of society; based on the social and communication priorities of today, i.e. the need for interaction aimed at exchanging ideas, values, patterns of behavior, life practices, which in turn encourages social actors / social institutions to get incorporated into the media continuum.

Novelty. *The introduction of the concept of media continuum in scientific discourse will help update the socio-communicative theoretical and methodological framework, balance the differences between academic concepts, societal expectations, practical experience in increasing digital innovation, fast pace of development capabilities and production of artificial intelligence systems, etc.*

Practical value. *The proposed model of the media continuum explains the spatio-temporal realities of modern days; the highlighted eventuality of the media continuum illustrates the leading trends in social communication in the latest spatial and temporal format.*

Key words: *media continuum, grounded theory, social eventuality, technological eventuality, territorial eventuality, information and communication eventuality.*

Porpulić O. Instrumentacja metodologiczna badania koncepcji «media continuum»

Celem badania jest formowanie bazy teoretycznej co do nowoczesnych przestrzenno-czasowych warunków, które determinują praktyki socjalno-komunikacyjne XXI wieku.

Metodologia badania. W ciągu badania wykorzystano szereg metod: teoria ugruntowana (grounded theory) – dla wypracowania indukcyjnie stworzonej teorii media continuum jako przestrzenno-czasowego formatu socjalno-komunikacyjnej działalności na początku XXI wieku; badania pilotażowe i własne testowe – dla określenia stopnia wygody/komfortu komunikacji społecznej w media kontinuum; obserwacja socjologiczna – dla uszczegółowienia taktyk i strategii interakcji aktorów w sytuacji autoprezentacji w media kontinuum; badanie punktowe i metoda wyboru celowego – dla określenia stopnia popularności w media kontinuum praktyki informacyjno-komunikacyjnej, opartej na połączeniu elementów werbalnych i niewerbalnych w jedną funkcjonalną strukturalną-semantyczną całość; kwestionariusz, skala R.Likerta, niestandardyzowany wywiad z ekspertami – dla ujawnienia potrzeb w «reagowaniu» systemu edukacyjnego na współczesną socjalno-komunikacyjną rzeczywistość w zakresie kształtowania się nowego przestrzenno-czasowego formatu życia i ekspozycji rzeczywistości.

Wyniki. Zintegrowana wizja media kontinuum wypracowana w ramach uzasadnionej teorii jako nowego przestrzenno-czasowego formatu działalności socjalno-komunikacyjnej polega na: przestrzenno-czasowych wskazówkach nowoczesności nowego rodzaju – spojności parametrów przestrzeni i czasu; rozumieniu socjalno-kulturowego, technologicznego, informacyjno-komunikacyjnego; eksterytorialnego, temporalnego potencjałów nowych mediów, które z kolei inspirują umiejętność media kontinuum do odtwarzania ciągłych zmian parametrów czasowych i przestrzennych obiektywnej/subiektywnej rzeczywistości, co stanowi podstawę do projektowania i konstruowania działań współczesnego społeczeństwa, dla wymiaru dynamiki / statyki stanów społeczeństwa; na socjalno-komunikacyjnych priorytetach współczesności – potrzeba w oddziaływaniu, ukierunkowanej na wymianie idei, wartości, wzorców zachowań, praktykach życiowych, zachęca socjalne podmioty / społeczne instytucje do włączenia się w media kontinuum.

Nowość. Wprowadzenie konceptu media kontinuum w dyskurs naukowy pomoże zaktualizować socjalno-komunikacyjną teoretyczno-metodologiczną bazę, zrównoważy rozbieżności istniejące dzisiaj pomiędzy akademickimi koncepcjami, oczekiwaniami społecznymi, doświadczeniem praktycznym w warunkach powiększenia innowacji cyfrowych, niesamowitym tempem rozwoju możliwości i perspektyw urządzeń przenośnych informacyjno-komunikacyjnego oddziaływania, produkowaniem systemów sztucznej inteligencji itd.

Znaczenie praktyczne. Zaproponowany model media kontinuum wyjaśnia przestrzenno-czasowe realia teraźniejszości; odosobnione ewentualności media kontinuum ilustrują wiodące tendencje komunikacji socjalnej w najnowszym przestrzenno-czasowym formacie.

Słowa kluczowe: media kontinuum, teoria ugruntowana, ewentualność socjalna, ewentualność technologiczna, ewentualność terytorialna, ewentualność informacyjno-komunikacyjna.