

## Теоретичні підвалини медіаглобалізації як новітньої тенденції розвитку сучасного суспільства знань

У статті проаналізовано теорії закордонних та вітчизняних учених щодо медіаглобалізації як новітньої тенденції розвитку інформаційного суспільства знань.

**Ключові слова:** глобалізація, медіаглобалізація, глокалізація, інформаційне суспільство, суспільство знань.

На нинішньому етапі розвитку людини суспільні відносини стали невід'ємним атрибутом і середовищем її життя. Глобалізація як тенденція розвитку суспільних відносин уже стала класичним явищем, що поширилося в планетарних масштабах і охопило всі сфери життєдіяльності особистості XXI ст. Сьогодні науковці говорять радше про протилежні процеси – глокалізацію та індивідуалізацію, які пов'язані перш за все з розвитком комунікативістики, і водночас – про медіаглобалізацію як новітню тенденцію розвитку інформаційного суспільства. Саме тому тема статті є актуальною, а її мета – розглянути теоретичні підвалини медіаглобалізації у процесі становлення сучасного суспільства знань.

Перш ніж зупинитися власне на явищі медіаглобалізації, коротко охарактеризуємо тип суспільства, в якому виникло це поняття.

Визначення сучасного суспільства та місце медіа в ньому. Про інформаційне суспільство вже сказано та написано доволі багато як закордонними, так і вітчизняними вченими: соціологами, культурологами, антропологами, фахівцями в галузі медіа та комунікацій. Дослідження різних підходів до розуміння сутності постіндустріального інформаційного суспільства було проведено закордонними вченими: Р. Айрісом, Д. Беллом, З. Бжезинським, Дж. Гелбрейтом, У. Дайзардом, П. Дракером, М. Кастельсом, М. Маклюеном, Е. Тоффлером, Т. Стоуньєром та ін.

Поняття «інформаційне суспільство» з'явилося у 60-х рр. Нарівні з ним, аби якнайточніше охарактеризувати зміни в суспільній свідомості, існують такі терміни, як «технотронне суспільство», «мережеве суспільство» [1], «суспільство знання» [2], «постіндустріальне суспільство», «пізній модернізм» [3], «глобальне громадянське суспільство» [4] та ін.

Усі сучасні суспільні зміни пов'язані, головним чином, із двома явищами: технологічним прогресом (розвиток супутникового зв'язку і безпроводної телефонії, комп'ютерних мереж та інтернету) і змінами в геополітичній ситуації (розпад Радянського Союзу, утворення Європейського Союзу, міжнаціональні та етнічні конфлікти, глобальна нерівність). Свого часу існували прогнози стосов-

но широкого поширення технополісів і глобальних інформаційних селищ, тобто реального втілення в життя ідей «третьої хвилі» Е. Тоффлера. З другого боку, з'являлися ті, хто висловлював серйозні сумніви щодо реальності інформаційного суспільства, у технологічній основі якого лежить мережева логіка. Наприклад, російські математики доводили, що сучасні комп'ютери, основані на «класичній» двозначній логіці та бінарній інформатиці, не лише перешкоджають становленню інтелекту, а й викривляють бачення людиною дійсності. Американський журналіст Т. Опенгеймер у своїй книжці «Мерехтливий розум» [5] писав про згубний вплив сучасної комп'ютеризації на навчальний процес і систему освіти загалом, закликаючи рятувати освіту й повернутися до безкомп'ютерних методів.

За твердженням Ф. Уєбстера, поява «нового суспільства», яке не всі називають інформаційним, визнаючи, проте, його відмінність від попередніх структур, була спричинена «розгортанням мереж інформаційних потоків, забезпечених інформаційно-комунікативними технологіями» [6, с. 133].

Глобальне інформаційне суспільство, на думку А. Чернова, – це суспільство знань, що формується внаслідок нової глобальної соціальної революції, основою якої є вибуховий розвиток і конвергенція інформаційних та телекомунікативних технологій, необмежений доступ до інформації і вміння з нею працювати [7].

Російська дослідниця комунікативістики Л. Землянова пропонує гібридне конкретизоване визначення нового суспільства – «інформаційно-комунікативне суспільство знань» [8, с. 68]. До того ж учена зауважує, що нерідко слово «суспільство» використовують у множині, що відображає закладену в цю дефініцію ідею про багатоманітність національно-культурної специфіки, яка має зберігатися в інформаційно-комунікативних суспільствах знань. Усе це не суперечить, на думку вченої, об'єднавчим процесам глобалізації та інтеграції, які закономірно посилюються в сучасному суспільному житті світу і його високотехнологічній медіасфері. Крім того, вчена говорить і про глобальне громадянське суспільство, яке «виникає в умовах переходу до інформаційного суспільства, де відповідальність усіх користувачів



інформаційними супермагістралями повинна посилюватися і проявлятися в межах національних держав і на міжнародному рівні» [8, с. 142].

Ще одна російська дослідниця М. Павликова виокремлює п'ять складових потоків медіаглобалізації сучасного суспільства:

✓ *етнографічний*: переміщення людей, включаючи туристів, іммігрантів;

✓ *фінансовий*: рух капіталу, робота товарних і сировинних бірж;

✓ *ідеологічний*: значне поширення ідей і політичних ідеологій (наприклад, «Грін Піс» (англ. Green Peace) – світовий рух захисту навколишнього середовища);

✓ *медіапотік*: поява величезної кількості засобів масової інформації, доступних за допомогою комп'ютерних технологій;

✓ *технологічний*: упровадження розроблених технологій у різні культури та їх поширення по всій земній кулі [9, с. 90–91].

Більшість вітчизняних учених присвятили свої праці розглядові теорії інформаційного суспільства. Серед них – В. Бебик, Г. Почепцов, О. Гриценко, О. Ваганова, О. Гресько, І. Пиголенко та ін. Наприклад, О. Гриценко зазначає, що термін «інформаційне суспільство» був використаний в Японії у 1966 р. у доповіді групи з наукових, технічних і економічних досліджень. У ній стверджувалося, що інформаційне суспільство є суспільством, в якому вдосталь високоякісної інформації, а також є всі необхідні кошти для її розподілу. «У той період на Заході вважалося, що основою формування інформаційного суспільства є розвиток обчислювальної інформаційної техніки; інформація набуває глобального характеру, на рух інформаційних потоків уже істотно не впливають державні кордони і різні бар'єри; спроби обмежити вільне поширення інформації шкодять тій стороні, яка прагне внести такого роду обмеження; <...> йде процес формування нових трудових ресурсів за рахунок збільшення кількості зайнятих в інформаційній індустрії», – зауважує О. Гриценко [10, с. 13].

Дослідник В. Бебик пропонує таке визначення: «Інформаційне суспільство – суспільство, в якому накопичення й обробка інформації та виробництво продукту є основною рушійною силою науково-технічного, соціально-економічного і культурно-освітнього прогресу» [11, с. 132].

Загалом визначення цього феномена, на погляд українського вченого І. Пиголенка, можна звести до того, що «інформаційне суспільство – це суспільство, що базується на інформації, де інформація, знання та новітні технології, які забезпечують інформаційну революцію, виступають основними характеристиками нового суспільства, яке радикально відрізняється від попереднього етапу розвитку цивілізації» [12, с. 35].

Всеукраїнський фонд «Інформаційне суспільство України» дає таке визначення: «Інформаційне суспільство – це суспільство, в якому всі можливості сучасної цивілізації використовуються на благо конкретної людини, у якому вона максимально розкривається і цілком реалізує себе. Інформаційне суспільство – це суспільство, націлене на впровадження, обмін і генерацію нових ідей і знань – головного національного капіталу, основи стабільного розвитку держави; це суспільство, у якому високий рівень технологічного розвитку органічно поєднується з принципами людяності, гуманізму, відкритості і відповідальності всіх його членів» [13].

Указуючи на визначальну роль інформації в сучасному світі, Г. Почепцов вважає, що робота з інформацією/знаннями стала однією із виробничих сил суспільства. Учений говорить про загрози, що несе з собою величезна кількість інформації/знань у світі, – про проблему інформаційних воєн, інформаційно-психологічного маніпулювання тощо. З позиції дослідника, концепції інформаційного суспільства цікаві тим, що «миттєво проникають до масової свідомості, хоч і створюються, перш за все, з розрахунку на спеціалістів» [4, с. 31].

Погоджуючись із думкою вітчизняної дослідниці О. Ваганової, зазначимо, що «нині відбувається якісний перехід до інформаційного суспільства, для котрого властиві розвиток інформаційних та комунікаційних технологій, транскордонних каналів комунікації, медіатизація суспільного життя» [15, с. 6]. Загалом, враховуючи безліч характеристик сучасного стану людства й способів його комунікації, вважаємо: не викликає сумнівів те, що інформаційне суспільство безпосередньо пов'язане з глобалізацією.

*Медіаглобалізаційні реалії сучасного суспільства.* Як зазначають дослідники, термін «глобалізація» (з англ. global – світовий, усесвітній) епізодично вживався з кінця 60-х рр. XX ст. У науку його ввели теоретики Римського клубу Е. Ласло, Д. Медоуз, М. Месарович, А. Печчеї. Вони вважаються засновниками концепції глобалізму, яка перетворилася на метатеорію. Уперше в центр концептуальних побудов цей термін увів у 1981 р. американський соціолог Дж. Маклін. У 1983 р. Р. Робертсон вводить поняття «globality» у назву однієї зі своїх статей і дає детальне трактування терміна «globalization», а у 1992 р. викладає основні ідеї своєї концепції у спеціальному дослідженні. Глобалізація детермінується не лише з огляду на свій функціональний потенціал, а як явище світоглядне, ідеологічне. Саме у 90-х рр. XX ст. воно набуває всесвітнього характеру [6, с. 11].

У комунікативістиці глобалізація є процесом розповсюдження інформаційних матеріалів, засобів і систем у транснаціональних масштабах. Вона стала об'єктом детального і різнобічного вивчення.



Частина дослідників пов'язують з глобалізацією можливості подальшого прогресу в галузі культури й мирної співпраці в умовах шаленого розвитку інформаційного суспільства. Проте є й достатньо велика когорта критиків глобалізації мас-медіа, що дотримуються позиції захисту національних культурних традицій від ескалації західної (перш за все американської) масової інформаційної продукції. Вони вважають, що глобалізація інформації призводить до неминучого нівелювання самобутності різних культур і підпорядкування мас-медіа не гуманітарним, а комерційним цілям, що, своєю чергою, сприяє транскордонній ескалації стандартизованих новинних сюжетів і розважальних програм. Підходи до цих явищ глобалізованої медіакультури та їх оцінки є неоднаковими, а це ще раз підтверджує актуальність вивчення й обговорення всіх пов'язаних із ними проблем.

Тенденції глобалізаційних процесів охоплюють найважливіші сфери буття. Безперечно, соціальна комунікація належить до стратегічних складових частин розвитку цивілізацій, адже стосується кожного суспільного суб'єкта. Професор Воронезького державного університету (Російська Федерація) В. Хорольський зазначає: «Вивчення медіаглобалізації почалося відносно недавно, незважаючи на стрімкий потік праць про глобалізаційні процеси в економіці і культурі. Глобалізація засобів масової інформації, свідок і «співатор» кризи, яку людство переживає в наші дні, стала темою журналістики вже у середині ХХ ст., але системно вивчати її в контексті еволюції самих глобалізованих ЗМІ медіакритики і теоретики Заходу почали лише у 1980–1990-х рр.» [17, с. 230].

Приміром, іспанський учений М. Кастельс, аналізуючи особливості «інформаційної» епохи, вказав на соціальні суперечності інформаційного суспільства: велика кількість у мас-медіа різноманітних відомостей про світ і водночас очевидне зростання кількості дезінформованих громадян; прагнення до точності й неупередженості і падіння довіри до ЗМІ; здешевлення медіапродукту й одночасно його катастрофічна нестача в бідних регіонах планети [18].

Близькими до західної моделі медійної глобалізації є ідеї німецького соціолога Н. Лумана, особливо ті, що стосуються висвітлення світових подій у новинах. Його комунікативна модель суспільства універсальна і багатобічна. У своєму дослідженні «Реальність мас-медіа» він вказує на глобальні закономірності функціонування засобів масової комунікації у світі глобальної конкуренції. Н. Луман, як і канадець М. Маклюен, упевнений, що телебачення стало не просто головним джерелом новин для всіх жителів планети, а й «творцем» душ, духовним наставником поколінь. Він уважав, що форму телеінформування визна-

чає мозаїчний, фрагментарний характер телемовлення, тому і сприйняття мозаїчне, а глядач, ніби художник, збирає образи з набору точок [19]. На нашу думку, висловлені погляди нині можна рефлексувати і на роль інтернету як засобу масової комунікації, що активно переймає провідні позиції в медіасфері.

Американський дослідник Д. Міллер цитує такий підхід до визначення ролі й місця медіа в сучасному суспільстві, висловлений багатьма його колегами: «Класична ліберальна теорія говорить про те, що ЗМІ забезпечують спеціальний суспільний простір, в якому люди обмінюються інформацією, і суспільство у такий спосіб пізнає саме себе. Ця теорія, крім того, визнає, що вільні медіа виконують роль свого роду сторожового собаки, що знаходиться на сторожі громадської свободи від можливих посягань на неї з боку держави; а конкурентна боротьба за місце у цьому просторі, як і боротьба за політичну владу, врешті-решт призводить до того, що у медіа завжди чути багатоголосся, що мовить від імені найрізноманітніших груп населення» [20, с. 83].

Світова фінансово-економічна криза останніх років наклала свій відбиток на життя всього людства. Журналістика теж переживає кризу змісту в умовах швидкозмінного світу. Одночасно розгортається криза журналістики як такої та всієї сфери медіа. За словами російського професора Я. Засурського, «розвивається так званий дуалізм засобів масової інформації: всі ЗМІ – газети, журнали, радіо, телебачення – виходять у двох форматах, традиційному (паперовому, звуковому, аудіовізуальному) та у вигляді цифрових сторінок в інтернеті. І в цьому плані можна сказати, що вся система масової інформації та комунікації дуалістична» [21, с. 9]. Система медіа існує у двох вимірах, що примушує осмислити журналістику, те, як в умовах кризи в самій системі комунікацій дедалі більшу роль відіграє міжособистісна комунікація на рівні мобільної телефонії та інтернету.

Завдяки розвитку інформаційно-комунікативних технологій розширюється діапазон функцій засобів масової комунікації. Водночас змінюється характер поширення журналістського контенту: дедалі частіше відбувається дублювання змісту традиційних медіа на інтернет-сайтах. Конвергенція набуває нового характеру, об'єднуючи різні мас-медіа в цифри, надаючи їм нових ознак. Наприклад, 29 жовтня 2008 р. головний редактор газети «Крізчен сайенс монітор» (англ. Christian Science Monitor), яка видається з 1908 р. у Бостоні, оголосив про зупинення випуску паперового варіанта газети й про її перехід у щоденний онлайн-формат; у друкованому ж вигляді видання буде виходити як щотижневий журнал. Цей факт свідчить про серйозні зміни в друкованій періодичній пресі й про новий порядок денний не лише в США, а й в усьому світі.



В Україні теж з'являються праці, в яких досліджується проблематика медіаглобалізації, хоча монографій, близьких за рівнем до книжок Н. Лумана, М. Кастельса, М. Маклюена, Е. Тофлера, вітчизняна наукова думка ще не виробила, а західний досвід у цій сфері важко переоцінити. Гіпермонополізація і фінансіалізація медіа стали чинниками всесвітньої історії саме завдяки Заходу. Українськими вченими, чії дослідження певним чином стосуються цих питань, є В. Іванов, В. Бебик, О. Мелешенко, О. Зернецька, О. Гриценко, Б. Потятиник, Т. Петрів, Т. Лильо, І. Слісаренко, О. Ваганова, О. Гресько та ін.

Вагомий внесок у вітчизняні дослідження медіаглобалізації зробив професор В. Бебик, який вважає, що генеза й феномен глобалізації ще не зовсім зрозумілі ні пересічним громадянам, ні науковцям. З одного боку, глобалізація – це певною мірою віртуальний феномен (економічний, політичний, лінгвістичний), а з другого – реальність, об'єктивний історичний процес, який учений пропонує розглядати «від часу створення держав як таких поза просторовими і часовими межами, а не як феномен виключно кінця ХХ – початку ХХІ століття» [11, с. 111]. Тож «глобалізація нині стала чи не найважливішою тенденцією сучасного світу, а її основу склала інтеграція інформаційно-комунікативних систем» [22, с. 23].

Інший дослідник Т. Лильо найпоширенішим визначенням глобалізації вважає таке: «Тенденція, що заявила про себе на зламі ХХ–ХХІ ст. – під час формування загальнопланетарного економічного, наукового, інформаційного простору, розвитку засад «глобального мислення», формування й розвитку інформаційного суспільства» [16, с. 13–14]. Він подає основні характеристики глобалізації з огляду на їх виклик національним цінностям:

✓ світ стає гомогеннішим. Відмінності між людьми зникають;

✓ час і простір ущільнюються. Наші уявлення про географічний простір і хронологічний час спростовують швидкість сучасних комунікацій;

✓ з'явилася глобальна політика з транснаціональними рухами соціального й політичного характеру, повноваження суб'єктів об'єднання зміщуються від національних держав до субдержав, транснаціональних та інтернаціональних інституцій [16].

Отож, назріла потреба не лише зрозуміти й осмислити місце системи сучасних медіа, причини кризових явищ у ній, а й побачити, з одного боку, вихід із цієї кризи, появу нових видів масової комунікації, а з другого – посилення фрагментації масової комунікації і зростання ролі міжособистісної, індивідуалізованої комунікації. Розвиток інформаційно-комунікативних технологій сприяє прискоренню обробки й дистрибуції інформації. Сьогодні з'являються нові чинники: поряд із тра-

диційними засобами доставки контенту – газетами, радіо, телебаченням – розвиваються нові технології: мультимедійні сайти і портали, які стають важливою частиною системи зберігання, збирання, поширення й аналізу інформації й виконують частину тих функцій, які були притаманні традиційним засобам масової інформації. Це відображає кризу останніх, але водночас свідчить про появу нових видів масової комунікації, що має синергетичний характер, даючи змогу поєднувати переваги різних видів комунікації.

1. *Identity and Change in the Network Society. Conversation with Manuel Castells* [Електронний ресурс] // *Conversation with History. Institute of International Studies, US Berkley.* – 2001. – May 9. – URL: <http://globetrotter/berkley.edu/people/castells>.

2. *Вартанова Е. Л.* Финская модель на рубеже столетий: информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе / Е. Л. Вартанова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 288 с.

3. *Vartanova E. L.* Digital Divide as a Problem of Informational Society / E. L. Vartanova, O. V. Smirnova // *World of Media : Yearbook of Russian Media and Journalism Studies* / ed. by Elena Vartanova. – Moscow : Faculty of Journalism Lomonosov Moscow State University ; Media Mir, 2009. – P. 5–20.

4. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 415 с.

5. *Oppenheimer T.* The Flickering Mind: Saving Education from the False Promise of Technology / T. Oppenheimer. – N. Y. : Random House, 2004. – 528 p.

6. *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества / Ф. Уэбстер ; [пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной] ; [под ред. Е. Л. Вартановой]. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 400 с.

7. *Чернов А. А.* Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы / А. А. Чернов. – М. : Изд.-торг. корпорация «Дашков и Ко», 2003. – 232 с.

8. *Землянова Л. М.* Медиаэкологические проблемы информационного общества (концепции зарубежных коммуникативистов) // *К мобильному обществу: утопии и реальность* / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2009. – С. 65–72.

9. *Павликова М. М.* Парадоксы информационного общества // *К мобильному обществу: утопии и реальность* / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2009. – С. 90–98.

10. *Гриценко О. М.* Суспільство, держава, інформація / О. Гриценко ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2001. – 165 с.

11. *Бебик В. М.* Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : моногр. / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.

12. *Пиголенко І. В.* Інтернет-технології як засіб формування ціннісних орієнтацій студентства на шляху до інформаційного суспільства (на прикладі НТУУ «КПІ») : дис. ... канд. філос. наук. : 09.00.10 / І. В. Пиголенко. – К., 2006. – 132 с.



13. *Всеукраїнський фонд «Інформаційне суспільство України»* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.isu.org.ua> (15.05.2010).

14. *Почепцов Г.* Теория коммуникации / Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с.

15. *Ваганова О. В.* Роль засобів масової комунікації у процесі глобалізації : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / О. В. Ваганова. – К., 2003. – 14 с.

16. *Лильо Т. Я.* Глобалізація комунікаційного простору і процеси національної ідентифікації у посткомуністичному світі : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Тарас Ярославович Лильо. – Львів, 2001. – 186 с.

17. *Хорольский В.* Глобализация масс-медиа сквозь призму западных теорий // Журналистика-2009: стан, проблеми, і перспективи : матэр. 11-й Міжнар. навк.-практ. канф., присв. 65-годов'язу факультета журналістики БДУ, 3-4 сн. 2009 г., Мінск / рэдкал. : С. В. Дубовік (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2009. – Вып. 11. – С. 230–232.

18. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; [пер. с англ. Б. Э. Верпаховского]. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 607 с.

19. *Луман Н.* Реальность масс-медиа / Никлас Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.

20. *Медиа.* Введение : [учеб. для вузов] / [под ред. А. Бриггза, П. Кобли] ; [пер. с англ. Ю. Никуличева]. – [2-е изд]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 536 с.

21. *К мобильному обществу: утопии и реальность* / [под ред. Я. Н. Засурского]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2009. – 304 с.

22. *Бибик В. М.* Сучасна глобалістика: провідні концепції і модерна практика : навч. посіб. / В. М. Бибик, С. О. Шергін, Л. О. Дегтерьова. – К. : Ун-т «Україна», 2006. – 208 с.

Подано до редакції 17. 05. 2014 р.

**Sirin'ok-Dolharyova Kateryna. Theoretical foundations of media globalization as the latest trends of development of the modern knowledge society.**

In the article the theories of foreign and domestic scientists on media globalization as the newest tendency of development of informational knowledge society are analyzed.

**Keywords:** globalization, media globalization, glocalization, informational society, knowledge society.

**Сиринёк-Долгарёва Е. Г. Теоретические основы медиаглобализации как новейшей тенденции развития современного общества знаний.**

В статье проанализированы теории иностранных и отечественных ученых о медиаглобализации как новейшей тенденции развития современного информационного общества знаний.

**Ключевые слова:** глобализация, медиаглобализация, глокализация, информационное общество, общество знаний.

