

речення і відповідної реальної ситуації. Безглуздим же оголошується таке речення, таке висловлювання, в якому не можна довести існування ніякого смисла, його не можна віднести ні до якої ситуації, воно є ні істинним, ні хибним.

Список літератури

1. Вейнгартнер П. Фундаментальные проблемы теории истины / П. Вейнгартнер. – М.: РОСПЭН, 2005. – 352 с.
2. Ветров А.А. Семиотика и ее основные проблемы / А.А. Ветров. – М.: Политиздат, 1968. – 263 с.
3. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат / Л. Витгенштейн // Философские работы Ч. 1. – М.: Гнозис, 1994. – С. 1-73.

4. Витгенштейн Л. О достоверности / Л. Витгенштейн // Всемирная философия. XX век. – Мн.: Харвест, 2004. – С. 294-312.
5. Витгенштейн Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн // Философские работы. Ч. 1. – М.: «Гнозис», 1994. – С. 75-319.
6. Канке В.А. Аналитическая философия / В.А. Канке // История философии. Мыслители, концепции, открытия. – М.: Логос, 2003. – С. 275-298.
7. Козлова М.С. Философия и язык (критический анализ некоторых тенденций эволюции позитивизма XX в.) / М.С. Козлова. – М.: Мысль, 1972. – 254 с.
8. Рассел Б. Мое философское развитие / Б. Рассел // Аналитическая философия: Избранные тексты. – М.: Изд-во МГУ, 1993. – С. 11-17.

Л. Комаха

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АРГУМЕНТАЦИИ «ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ»: КОНТЕКСТ ЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В статье исследуется место аргументации в системе логического анализа, который ориентирован на его языковые формы. Показано, что область логики науки создает анализ языка, который заключается во включении тех или иных высказываний в определенную языковую систему с четко заданными сущностными свойствами. Акцентируется внимание на структуре мышления, четкость которой определяется точным формулированием мысли в языке. Именно в этом состоит значение доказательств и аргументации для анализа языка.

Ключевые слова: логика, язык, аргументация, истина, «языковая игра», смысл, дескрипция.

L. Komaha

SEMANTIC PECULIARITIES OF ARGUMENTATION "LANGUAGE GAME": CONTEXT LOGICAL ANALYSIS

The paper examines argumentation in the system of logical analysis, which aims to its linguistic forms. It is shown that the logic of science forms the analysis of language, which includes certain statements in a language system with clearly specified essential characteristics. Attention is focused on the structure of thought; clarity is determined by the exact formulation thoughts in language. This is the meaning of evidence and argumentation to analyze language.

Keywords: logic, language, argumentation, truth, «language game», meaning, descriptions.

УДК 1:008:004(045)

І.В. Литовченко

ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ МЕДІАПРОСТОРУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

Навчально-науковий Гуманітарний інститут
Національний авіаційний Університет

Анотація. У статті здійснюється соціально-філософське дослідження особливостей інституціалізації медіапростору в умовах розвитку інформаційного суспільства. Проаналізовано особливості функціонування інституту мас-медіа, що є активним діяльним суб'єктом формування соціальної реальності.

Ключові слова: інституціалізація, соціальний інститут, мас-медіа, медіапростір, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційні технології, глобалізаційні процеси.

Вступ

Характерною ознакою розвитку українського суспільства кінця ХХ – початку ХХІ століття є системна трансформація його соціально-інституційної структури. Якісне оновлення інституційної структури передбачає необхідність трансформації тих соціальних інститутів, що втратили сенс функціонування та історичну перспективу, а також створення і розвиток нових, що є життєво необхідними для задоволення потреб людей в інформаційному суспільстві.

Основними ознаками становлення і розвитку інформаційного суспільства є знання та інформація, в процесі отримання, обробки, збереження, та розповсюдженні яких зайнята більшість членів суспільства. Інформація і знання стають одним із стратегічних ресурсів держави, масштаби використання якого можна порівняти з використанням традиційних ресурсів, а можливість доступу до нього – одним із головних чинників соціально-економічного розвитку суспільства. Такі тенденції обумовлюють вирішення важливого завдання, що постає перед кожною державою

– формування і розвиток інформаційної інфраструктури та інтеграція в глобальне інформаційне суспільство. Дослідження вищезазначених процесів є актуальними в контексті інституційних трансформацій українського суспільства, адже, як справедливо зауважує в своїх дослідженнях В.Зотов, розпочинається процес габітуалізації повсякденної діяльності на основі використання інформаційно-телекомунікаційних технологій [1]. Швидкі темпи їхнього розвитку сприяють появі й вдосконаленню нових електронних засобів масової комунікації, а також трансформації й значному розширенню своїх можливостей традиційних мас-медіа. В сучасному суспільстві функціонування інституту мас-медіа визначається значною мірою впливом глобалізаційних чинників, що потребують наукового дослідження для розуміння процесів і явищ, які відбуваються сьогодні в площині світового медіапростору. В контексті зазначених тенденцій актуалізується проблема соціально-філософського аналізу інституціалізації медіапростору в інформаційному суспільстві.

Аналіз досліджень і публікацій

Дослідження проблеми медіапростору в умовах розвитку і трансформації сучасного суспільства є предметом вивчення представників широкого кола наукових напрямів і, передусім, це стосується аналізу діяльності сучасних мас-медіа в контексті нових теорій інформаційного суспільства і глобалізаційних процесів, що відбуваються в ньому. Це дозволяє визначити напрями й перспективи їхнього розвитку в умовах глобального інформаційного простору. Сучасні мас-медіа стають істотним чинником розвитку і функціонування сучасного суспільства, вони впливають не лише на науково-технічний прогрес, але і на процеси інституціалізації суспільного життя.

У розробку питань, пов'язаних із вивченням сутності, впливу, функцій інституту мас-медіа, а також тих або інших аспектів медіапростору зробили значний внесок праці відомих представників соціологічних наук: П.Адамс, Х.Арендт, М.Багмет, Р.Барендт, Ж.Бодрійяр, П.Бурдьє, М.Вершинін, І.Волкова, М.Грачов, Б.Грушин, Г.Дебор, К.Джемисон, І.Дзялошинський, Д.Елтхейд, І.Кац, К.Кемпбелл, В.Королько, Н.Коулдрі, Ф.Кротц, Л.Кудрявцева, Дж.Лалл, Ю.Левада, С.Лівінгстон, М.Літвінович, А.Маккартні, М.Мак-Комбс, Д.МакКуейл, Р.МакЧесні, В.Моїсєєв, Т.Парсонс, Дж.Пітерс, Г.Почепцов, І.Рогозіна, Т.Розак, Е.Росс, Р.Сільверстоун, М.Скаммел, Р.Сноу, А.Соловійов, А.Трахтенберг, О.Третьякова, Е.Фромм, Ю.Хабермас, С.Х'ярвард, П.Філатенко, С.Шелонаєв, І.Шерель, О.Юдіна, Д.Яковлев і т. д.

Значний внесок у розвиток сучасної теорії інституціалізації зробили наукові праці П.Бурдьє та Н.Лумана. В межах загальної методологічної парадигми вчені сформулювали концепцію, в якій соціальний простір визначається як оперативна замкнута система, що здатна до саморозвитку і самореферентності [2]. У даному контексті інституціалізація визначається як неперервний процес встановлення порядку в соціальному просторі, що відображає суперечливий процес боротьби і солідарності агентів, які здійснюють позиційні практики. Тим самим підкреслюється постійність і безперервність інституційних процесів, що відбуваються у соціальній системі, та їхня залежність від власної історії, а також процесів і явищ, притаманних сучасному суспільству.

Сьогодні у вітчизняній соціально-філософській думці відсутнє цілісне уявлення щодо інституційної структури та інституційної динаміки мас-медіа, що включає традиційні засоби масової інформації, новітні медіа-ресурси, Інтернет тощо. Розвиток інформаційного суспільства актуалізує філософське осмислення особливостей, механізмів, детермінант і закономірностей інституціалізації медіапростору України.

Постановка завдання

Основною метою даної статті є соціально-філософське осмислення особливостей інституціалізації медіапростору в умовах розвитку інформаційного суспільства.

Основна частина

Виникнення і функціонування інституту мас-медіа обумовлено об'єктивною потребою суспільст-

ва в отриманні, використанні і накопиченні регулярної інформації. Його формування відбувається під впливом соціокультурних змін і науково-технічного прогресу. На даному етапі розвитку суспільства мас-медіа є організаційно-технологічною інституційною єдністю, що має певне загально визнане призначення, яке виражається у створенні, збереженні, поширенні масової інформації; входить у суспільну систему і функціонально пов'язана з політичними, економічними, соціокультурними, технічними інституційними формоутвореннями, що діють відповідно до визначених норм, правил, традицій тощо. Мас-медіа є продуктом цілеспрямованої сумісної діяльності його суб'єктів і функціонує з метою задоволення соціальної потреби, що сприяла появі даного соціального інституту.

Швидкий розвиток і трансформація мас-медіа як соціального інституту обумовлюється не лише технічними інноваціями, але й серйозними соціальними змінами, що відбуваються в суспільстві. З розвитком і поширенням сучасних мас-медіа зросли потоки та обсяги доступної споживачам інформації; змінилася специфіка інформаційного суспільства – воно все більше медіатизується і перетворюється на так зване «медіа-суспільство». При цьому слід зазначити, що постійний розвиток і зміна медіапростору створює передумови для формування нового медіа-образу і медіа-порядку, трансформації медіа-культури в цілому: послаблення обмежень для доступу до потоків інформації; зростання об'ємів інформації; інтеграція національних медіа-ринків в глобальну медіа-структуру; практично необмежена доступність медіа-ресурсів Інтернету незалежно від місця знаходження людини тощо. Створюючи специфічний інформаційний простір, сучасні мас-медіа впливають на формування світогляду, цінностей і інтересів особистості, а також її поведінкових орієнтацій і стереотипів. Вони представляють суспільству образи соціальних комунікацій, взаємодій, а також інститутів, які здатні відтворюватися повсякденно і визначати, що в суспільстві є нормою, а що – відхиленням тощо. Таке підвищення ролі і ступеня впливу процесів поширення інформації О.Третьякова називає «медіатизацією» [3, с.68]. Саме поняття «медіатизація» дозволяє більш аргументовано пояснити взаємодію функціональних проявів сучасних засобів масової інформації з соціально-культурними, політичними та економічними інститутами, визначити їхню взаємозалежність і неоднозначність.

Спочатку термін «медіатизація», як відмічають у своїх дослідницьких роботах Л.Кудрявцева і І.Філатенко, використовували з метою опису специфічної техніко-технологічної інфраструктури, основним завданням якої було забезпечення доступу індивіда до інформації цивілізації. Згодом предметом дослідження представників широкого кола суспільних наук стає процес «медіатизації суспільства» як становлення особливого типу соціального простору. У своїх наукових дослідженнях вчені визначають медіатизацію як «глобальний інтенсивний процес дії засобів масової інформації на суспільну свідомість, який призводить до «внутрішньої колонізації», «фрагментації», «зубожіння» ментальних представлень діяльності людини, руйнування багатьох

конструктивних елементів в традиційній структурі людського досвіду» [4, с. 440]. Більш широкий, орієнтований на наслідки медіатизації, підхід представлений у роботах І.Рогозіної, яка визначає її як процес і результат глобального впливу на мислення індивідів за допомогою різних медіа, що виражається у формуванні картини світу, за допомогою специфічних медійних когніотипів (медіа-когніотипів) – когнітивних структур пізнання і представлення реальності, які виникають при взаємодії індивіда з глобальним інформаційним простором [5, с. 123]. Важливо зазначити, що функціонування сучасних мас-медіа тісно пов'язане з процесами глобалізації, які здатні розмивати часові та просторові межі і характеризуються постійно циркулюючими у світі потоками інформації. Такі нові можливості пропонують учасникам соціальної інтеракції в інформаційному просторі конструювати нові правила соціальної поведінки і відповідні інституційні механізми його регулювання. Глобальні тенденції, що посилюються останнім часом, супроводжуються процесами переоцінки пріоритетів в усіх сферах життєдіяльності людини, що обумовлює необхідність радикальних змін, а також переосмислення норм, правил, стандартів тощо, що склалися в суспільстві [6, с.121]. Отже, можна зробити висновок про, що поняття «медіатизація» у соціально-філософському дискурсі можна вживати для пояснення процесу, що передбачає становлення засобів масової інформації як одного з найголовніших соціальних інститутів суспільства. Важливо зазначити, що інституціональні зв'язки мас-медіа мають досить складну систему, а їх функціонування, участь у процесах соціальної диференціації і соціальної інтеграції залежить від міри їхньої автономності, а також можливості протистояти впливу інших інститутів.

Сучасна людина, залучена в інформаційний простір повсякденного життя, перетворюється на споживача різноманітного медіа-товару і потрапляє в певну залежність від нього. У даному контексті актуальною є думка професора О.Вартанової про те, що з посиленням ролі в житті людини нематеріальних чинників (ідей, цінностей, переконань), у суспільстві формується новий тип людини – «людини медійної» («*homo mediatuus*»). Становлення і розвиток «людини медійної» пояснюється дослідницею тим, що індивідуальна картина світу кожної людини у сучасному суспільстві створюється завдяки медіатизованій інформації, яка впливає на процеси прийняття рішень [7, с.11-13] і соціальну взаємодію в суспільстві. Схожість таких людей проявляється в споживанні мас-медійного змісту, який формує систему цінностей і переконань, норм, правил, традицій, моделей поведінки тощо. Завдяки мас-медіа в медіасередовищі існує відповідність між значеннями і сенсами учасників соціальної взаємодії, загальне розуміння ними реальності, можливість споживання загального запасу соціального знання, завдяки якому відтворюється зрозуміла і, загальна для більшості, соціальна реальність. Цей феномен, що виникає внаслідок взаємодії засобів масової комунікації та аудиторії, можна назвати медіапростором.

Медіапростір являє собою певну відкриту соціальну систему, характеризується складністю, нелі-

нійністю, нестабільністю та повсякчасно пронизується різноманітними потоками інформації. Медіапростір інформаційного суспільства, що створюється сучасними засобами комунікації та мультимедійними технологіями, все більше набуває характеру визначального фактора в процесі створення картини світу, формування ціннісних орієнтацій, світоглядних переконань та моделей поведінки як певних індивідів, так і суспільства в цілому.

Як соціальна структура, медіапростір утворюється системою взаємовідносин виробників і споживачів масової інформації, тобто він є сукупністю певних структурних елементів (індивідів, груп, організацій тощо), яких об'єднують взаємовідносини (норми, правила тощо) збору, виробництва, поширення і споживання інформації. Інформація тут розглядається як певне відношення між суб'єктами інформаційного простору.

Досліджуючи медіапростір як соціальну і культурну систему, О.Юдіна визначає його структурні взаємов'язані елементи, серед яких: мас-медіа, що є матеріальною, фізичною основою виробництва і передачі масової інформації; соціальні відносини агентів медіапростору, що пов'язані з виробництвом і споживанням інформації; інформаційний символічний продукт, у формі якого поширюється масова інформація [8, с.29] Загалом структура медіапростору обумовлена певним набором засобів масової комунікації (друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії, інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі тощо) і ступенем їхнього впливу на суспільну думку.

Виконуючи найважливіші функції задоволення духовних, соціо-культурних та інших потреб, медіапростір сучасності залучає до процесу споживання «послуг», що надаються медіа в інформаційному суспільстві. Слушною є думка науковця С.Демченко, який у своїх дослідженнях відмічає, що медіатизація людини, соціальних відносин, суспільства стала основою для функціонування засобів комунікації як творців і виразників інтересів нових соціальних структур [6, с.122], наприклад, підкреслює С.Алексихін, потужних медіа-холдингів, об'єднаних спільною метою і цінностями. У таких співтовариствах нового типу комунікаційні засоби вперше виступають як один із головних системоутворюючих чинників [9, с. 63]. Ця тенденція сьогодні характерна Інтернету, який стає прерогативою інформаційного суспільства з усіма його соціо-культурними і техніко-економічними можливостями, однією з яких є формування віртуальних спільностей та нових практик. Вони формуються на основі загальних інформаційно-комунікаційних інтересів, не обмежуються національними, тимчасовими або географічними межами й здатні здійснювати соціо-культурний, економічний та політичний вплив, як на окремі соціальні групи, суспільства, так і на увесь світ загалом. Такі утворення здатні виходити за межі віртуальної реальності, проникаючи в соціальну: створювати нові форми взаємодії, потреби, норми, правила, традиції, моделі поведінки, тим самим забезпечуючи основу для їх інституціалізації в суспільстві. Інтернет є певною репрезентацією всього сучасного медіапростору, складна архітектоніка якого

відповідає запитам і задовольняє потреби сучасних споживачів інформації.

Медіапростір сучасного суспільства являє собою складну соціальну систему, що саморозвивається і є однією з підсистем соціального простору суспільства. Досліджуючи процеси інституціалізації медіапростору, С.Шелонаєв робить висновок про те, що він має топологічну природу і утворюється відносно незалежними соціальними полями, існування яких у структурі медіапростору визначається наявністю взаємодоповнюючих соціальних практик індивідуальних та колективних медіа-агентів, що мають специфічний габітус і структуру соціального капіталу. На думку вченого, важливими змістовними складовими процесу інституціалізації медіапростору, що виконує важливі функції адаптації, соціалізації та соціальної інтеграції, соціального зв'язку тощо, які впливають на адекватність трансляції соціо-культурних і духовних цінностей, є сенсоутворюючі світоглядні ідеї, ідеали, втілені в мові, традиціях, символах, образах, значеннях і нормативно-поведінкових чинниках. Інституціалізація медіапростору є неперервним процесом трансформації інституційних форм і формування субститутів (нестабільних інституційних утворень) з метою компенсації недоліків, характерних стабільним інституційним формам. Формування субститутів медіапростору є результатом інституційної динаміки [10], що постає невід'ємною складовою процесу розвитку суспільства.

Висновки

Активне впровадження інформаційно-комунікаційних технологій впливає на трансформацію медійних практик, а також стандартів спілкування і обміну інформацією, сприяє формуванню нових моделей поведінки, норм, правил, звичаїв, розширюючи тим самим можливість комунікації і взаємодії в суспільстві. Такі тенденції обумовлюють формування нових потреб індивідів, що дає підстави для інституціалізації нових форм взаємодії в інформаційному просторі сучасного суспільства (соціальні мережі, електронний бізнес і так далі). Сучасні мас-медіа стали невід'ємною частиною інфраструктури інформаційного суспільства, впливаючи як на технологічний, так і на соціальний прогрес людства. Вони виступають посередником між суспільством, громадськими організаціями, державними, політичними, соціальними, культурними і іншими інститутами.

Медіапростір України інституціалізується під впливом глобалізаційних чинників і розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що постійно змінюються й розвиваються, впливаючи на форму-

вання світоглядних орієнтацій, цінностей, переконань, умов життєдіяльності, норм, моделей поведінки індивіда тощо. В таких умовах актуалізується проблема комплексного аналізу сучасного українського медіапростору, зокрема дослідження процесів його інституціалізації та виявлення особливостей функціонування в інформаційному суспільстві.

Список літератури

1. Зотов В. В. Информационно-коммуникативные основы институциональных изменений современного российского общества : автореф. дис. на соискание науч. степени докт. : спец. 22.00.04 «Социальная структура, социальные институты и процессы» / Зотов В. В. – Москва, 2009. – 48 с. – Режим доступа : URL : <http://www.avtoferat.seluk.ru/at-sotsiologiya/54369-1-institucionalnih-izmeneniysovremennogo-rossiyskogo-obschestva.php>
2. Лукин С.С. Институционализация и механизм функционирования современной медиасферы Японии : автореф. дис. на соискание науч. степени канд.: спец. 10.01.10 «Журналистика» / Лукин С.С. – Санкт-Петербург, 2013. – 19 с. Режим доступа : URL : <http://www.dissercat.com/content/institucionalizatsiya-i-mekhanizm-funktsionirovaniya-sovremennoi-mediasfery-yaponii#ixzz3kmwSG94i>
3. Третьякова О. В. Медиатизация правовой жизни общества: pro et contra / О.В.Третьякова / Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – Вып. 1. – с. 67-72.
4. Кудрявцева Л.А. Медиатизация жизненного пространства современного украинского социума: взгляд лингвиста / Л.А.Кудрявцева, И.А.Филатенко // Материалы III Международного конгресса исследователей русского языка «Русский Язык : Исторические судьбы и современность» : сб. тезисов. – М., 2007. – с. 439-440.
5. Рогозина И.В. Функции и структура медиа-картины мира / И.В.Рогозина // Методология современной психолингвистики [Сборник статей]. – Москва; Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – 204 с.
6. Демченко С.В. Комунікаційний аспект у розбудові сучасного громадянського суспільства / С.В.Демченко / Теле-та радіожурналистика. – 2012. – Вип. 11. – с. 117-123.
7. Вартанова Е.Л. От человека социального – к человеку медийному / Е.Л.Вартанова // От книги до Интернета : десять лет спустя. – М.: Медиа – Мир, 2009. – с. 3-15.
8. Юдина. Е.Н. Развитие медиапространства в современной России (на примере телевидения) : автореф. дис. на соискание науч. степени докт. : спец. 22.00.04. «Социальная структура, социальные институты и процессы» / Юдина Е.Н. – М., 2008. – 50 с.
9. Алексухин С.И. Формирование новых коммуникативных сообществ / С.И.Алексухин // Массовая коммуникация в современной России: сб. научн. ст. – М., 2003. – с. 61-79.
10. Шелонаев С.И. Институционализация медиапространства в российском обществе : автореф. дис. на соискание науч. степени докт. : спец. 22.00.04 «Социальная структура, социальные институты и процессы» / Шелонаев С.И. – Санкт-Петербург, 2013. – 43 с. Режим доступа : URL : <http://www.dslib.net/soc-struktura/institucionalizacija-mediaprostranstva-v-rossijskom-obwestve.html>

И. Литовченко

ИНСТИТУЦИАЛИЗАЦИЯ МЕДИАПРОСТРАНСТВА В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ: СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ

В статье осуществляется социально-философское исследование особенностей институционализации медиапространства в условиях развития информационного общества. Проанализировано особенности функционирования института масс-медиа, который является активным деятельным субъектом формирования социальной реальности.

Ключевые слова: институционализация, социальный институт, масс-медиа, медиапространство, информационное общество, информационно-коммуникационные технологии, глобализационные процессы.

I. Lytovchenko

INSTITUTIONALIZATION OF MEDIA SPACE IN THE INFORMATION SOCIETY: SOCIAL-PHILOSOPHICAL ANALYSIS

In this article the social and philosophical study features institutionalization media market in the development of the information society. The analysis the features of functioning of the institution of the media, which is the active formation of an active subject of social reality.

Keywords: institutionalization, social institution, media, media space, information society, information and communication technologies, globalization processes.