

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ І ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ВИМІРИ МЕДІАПРОСТОРУ

О. О. Порпуліт

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Мельникова, 36/1, Київ, 04119, Україна*

Наголошено на багатоаспектності, контрверсійності й складності феномена медіапростір. Виокремлено технологічні, територіальні, соціологічні, інформаційно-комунікаційні виміри медіапростору. Продемонстровано конгруентне співвідношення інформаційно-комунікаційного та соціального контекстів досліджуваного об'єкта. Деталізовано технологічний (мобільність, інтерактивність, конвергенція, ризомність) і інформаційно-комунікаційний виміри (демасифікованість, опосередкованість, перманентність, креолізованість, гнучкість, гіпертекстуальність, іграїзація). Доведено існування медіапростіру як об'єктивно наявної самостійно створюваної, відтворюваної і вдосконалюваної динамічної системи.

Ключові слова: *медіапростір, мобільність, інтерактивність, конвергенція, демасифікованість, перманентність, креолізованість, гнучкість, гіпертекстуальність, іграїзація.*

Постановка проблеми. Інформаційно-цифрові інновації, становлення «культури поспіху», глобалізація, омереження інспірували в сучасному суспільстві небувале технологічне підкорення часу і простору, що дало змогу людству подолати часові та просторові межі: вбудувало життя в гомогенний-фрагментований-ієрархічний простір [15, с. 11] й організувало життєві ритми за правилами «плинної» стадії новочасності [2, с. 119], де «“нещодавно” ... означає запізно» [2, с. 53], а буття є «навіть коротшим за час, потрібний для розвитку зв'язаної і послідовної стратегії, та все ще коротшим, ніж цього вимагає сповнення індивідуального “життєвого проекту”» [2, с. 8]. Дифузність, розпливчатість, перманентність фундаментальних параметрів людського існування позначилися на переважній більшості сфер, умов, результатів і наслідків життєдіяльності сучасника. Не уникнув цієї долі й медіапростір.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Наукова рецепція поняття «медіапростір» репрезентована доробками як вітчизняних (Н. Голованова, К. Горська, С. Грицай, С. Довгаль, В. Ільганаєва, О. Павлюк, О. Петрунько, Г. Почепцов), так і закордонних дослідників (П. Адамс, М. Андерссон, М. Бойкофф, І. Дзялошинський, Н. Коулдрі, Д. Людеке, А. Лефевр, А. Маккарті, С. Маккуайр, В. Маскай, Ш. Мойнуддін, Є. Нім, П. Тцацу, Й. Фалькхеймер, А. Янссон). З одного боку, медіапростір постає предметом уваги філософів, соціологів, культурологів, психологів, медійників у ракурсі визначення його структурних характеристик, з'ясування

законів і принципів існування, встановлення інструментарію формування залежно від напрямку науки, з іншого, медіапростір розглядається як глобальна система, здатна до продукування, відображення, ретрансляції будь-якої сфери існування сучасного суспільства. Отже, на сьогодні у різних галузях досягнуто вагомих результатів у вивченні категорії «медіапростір», але ми вважаємо, що соціальнокомунікаційний підхід дасть змогу внести суттєві корективи в наявну наукову рецепцію об'єкта дослідження.

Мета статті — окреслити провідні виміри поняття медіапростір у сучасному інформаційному суспільстві; визначити базові атрибути об'єкта дослідження в межах кожного з виокремлених вимірів; з'ясувати передумови виникнення й наслідки вкорінення акцентованих властивостей у подальший розвиток медіапростору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальнокомунікаційний підхід, визначений В. Корнеєвим як «спеціально організована методологія дослідження, в основі якої лежить виявлення соціальних параметрів функціонування об'єкта в умовах соціальних комунікацій» [13, с. 17] дає змогу проаналізувати «медіапростір» у ракурсі багатоаспектності, контроверсійності й складності явища, і, відповідно, виокремити параметри аналізованого поняття, які демонструють конгруентне співвідношення інформаційно-комунікаційного та соціального контекстів досліджуваного об'єкта. Так, будучи природним результатом взаємодії безлічі чинників і на сьогодні відносно «суверенною», автономною системою, медіапростір являє об'єктивно наявну самостійно створювану, відтворювану й вдосконалювану динамічну систему, роль людини в якій не можна вже розглядати як господаря системи, а скоріше або «як творця ресурсів, необхідних для саморозвитку, або як споживача ресурсів» [10, с. 23].

Наукова інтерпретація об'єкта дослідження може бути проілюстрована шляхом виокремлення у феномені медіапростору технологічних, територіальних, соціологічних, інформаційно-комунікаційних вимірів із подальшою їх деталізацією. У межах цієї наукової розвідки акцентуємо увагу на двох аспектах: технологічному й інформаційно-комунікаційному.

Технологічний вимір. Медіапростір — це матеріальний простір масмедійних мереж і потоків, сукупність «старих», «нових» і конвергентних форм медіа, за визначенням Є. Нім, медіапростору відповідають «канали виробництва і передачі інформації, тобто безпосередньо медіа й система їх взаємодії» [17]. Правомірність аспекту зумовлена стрімким нарощенням технологічних засобів, активністю процесів інтернетизації й омереження, як наслідок — технічні засоби настільки міцно ввійшли в життя кожної людини, що сьогодні не сприймаються лише як засоби технологізації діяльності, а більшою мірою перетворилися в практично неусвідомлюване навколишнє середовище, в якому найдрібніші збої викликають роздратування, прикрість, паніку. Медіапростір у технологічному ракурсі має досить умовні межі, що продукуються «учасниками медіапроцесів, відношення між якими й визначають метрику медіапростору» [11, с. 39]. «Увійти» у медіапростір, подолати кордони і межі можна лише за умови переборення цифрового порогу доступу, який, виконуючи роль технічного засобу захисту авторських прав і функцію

показника платоспроможності, здатний так само «обмежити», «локалізувати», «лімітувати» простір.

Заявлений аспект дає змогу виокремити такі властивості медіапростору:

1. *Мобільність*, названа З. Бауманом «найбажанішою цінністю» плинної сучасності, «свобода пересування, цей вічно дефіцитний і нерівномірно розподілений товар, що швидко перетворюється в провідний чинник розшарування нашої ...доби» [1, с. 10]. Соціальнокомунікаційний підхід до осмислення мобільності акцентує увагу на такому ефекті сучасних засобів комунікації, як стиснення простору і часу. Зростання мобільності соціальних суб'єктів, що є наслідком розвитку високошвидкісних засобів об'єктивно-просторової комунікації (транспортна мережа) і віртуальної комунікації (новітні медіа, інтернет, стільниковий зв'язок), стискає простір і час, формуючи у такий спосіб хронотоп особливого роду — позапросторово-онлайнний. Так, мобільність медіапростору ґрунтується на принципі «залученого» руху: «ми не стоїмо на березі, спостерігаючи за течією річки, ...а самі несемося у вирі, самі залучені в процес варіації» [8]. Мобільність медіапростору підтримує, протегує здатність індивіда й соціальних груп долати різні бар'єри (просторові, темпоральні, культурні, ідеологічні, інформаційні тощо) за допомогою вироблення специфічних якостей, які продукують певну ступінь мобільності, і розвитку мобільно-орієнтованих компетенцій. На мобільності як провідній властивості медіапростору наголошує П. Тцацу, «розповсюдження масових електронних середовищ ... спровокувало домінування географічно розрізаних комунікацій, зменшивши важливість просторових розбіжностей і відокремивши фізичну мобільність або відстань від швидко нарощуваного темпу комунікацій. ... комунікації розвивалися глобально і визначали власні “медійні простори”, незалежно від простору, в якому перебувають задіяні суб'єкти, або фізичної мобільності, яку вони демонструють» [22, с. 23].

2. *Інтерактивність*. Втрата послідовності, паралельне або одночасне спілкування, що не залежить від фізичної близькості, є результатом нової матеріальної організації людського спілкування й обміну. Ці процеси М. Кастельс пов'язував з експансією мережевих структур і технологічними новаціями, акцентуючи, що історичні, економічні та культурні трансформації були посилені й збільшені надзвичайно могутніми інформаційними технологіями: «Матеріальний фундамент нової культури є простір потоків і позачасовий час. ...Позачасовий час є результатом заперечення часу, минулого і майбутнього, в мережах простору потоків» [20, с. 507]. Інтерактивність як здатність миттєво діставати зворотній зв'язок і взаємодіяти з іншими в реальному часі формує принципово новий формат споживання медіаконтенту. Актор отримує не тільки можливість «мандрувати» інформаційно-комунікативними ресурсами, а й наділяється правом безпосередньо протягом «подорожі» створювати, трансформувати, переробляти, обговорювати медіаконтент. Важливим на сьогодні вбачається питання про те, як медіапростір адаптується до зовнішніх часових і просторових меж. Слід визнати, що зовнішні або умовно прийняті кордони (наприклад, часові й географічні зони) мають дедалі менше обмежувальну владу в галузі комунікації і обміну, проте опосередкований або

внутрішній час-простір здатний встановлювати власні кордони, часто паралельно або в співіснуванні з зовнішніми просторовими і часовими умовами.

3. *Конвергенція*. Г. Мейкл і Ш. Янг деталізують конвергенцію в чотирьох аспектах: технологічний — об'єднання телекомунікаційних мереж навколо цифрових медіаплатформ; виробничий — участь традиційних ЗМІ в цифровому медіапросторі й збільшення кількості компаній, заснованих на використанні цифрових технологій, таких як Google, Apple, Microsoft та ін.; соціальний — зростання кількості соціальних мереж, підвищення обсягу змісту, створюваного користувачами; текстуальний — використання «трансмедійної» концепції, відповідно до якої відбувається виклад на декількох медійних платформах інформаційного повідомлення, що містить у собі всі види медіа (кіно, відео, комікс, ігри, фото та ін.) [21, с. 64]. Додамо й не менш важливу з гуманітарного погляду складову конвергенції — нівелювання звичної й нібито очевидної грані між виробниками медіаповідомлень і їх споживачами. Конвергенція медіапростору виявляється в посиленні взаємозв'язку й взаємообумовленості технологій і естетичних особливостей різних видів мистецтв: дигіталізація сприяла ускладненню форм подачі та трансляції повідомлень з метою досягнення статусу реально активного кросмедійного потоку, задля здобуття вагомої практичної значущості й переконливої затребуваності.

4. *Ризомність*. Медіапростір демонструє ідею «ризоми», постульовану Ж. Делезом і Ф. Гваттарі: чисельні корельовані зв'язки існують не в лінійно-впорядкованій формі, а в хаотично-заплутаній. Так, медіапростір не має однозначної і чітко окресленої структури, існує видимість повної децентралізації інформаційно-комунікаційних потоків. Причина такого бачення полягає в принципово новому технологічному способі конструювання і структурування контенту: увібравши в себе до-мережеві, нетехнологізовані медіа, медіапростір отримав здатність збагачуватися використовуючи фотознімки, відеофайли, аудіозаписи і, відповідно, довільно переходити від одного інформаційно-комунікаційного ресурсу до іншого.

Інформаційно-комунікативний вимір. Сучасність XXI століття, занурена у світ медіа, у сферу глобальних і тотальних комунікацій, сприяла модифікації медіапростору в напрямі, з одного боку, активної експлуатації технічних можливостей поширення інформації, з іншого — породженню і становленню іншого соціального порядку, спровокованого новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями. Медіапростір сьогодення постулює існування інформації як джерела влади, експонує динамічний, рухливий характер інформаційних запитів і уподобань аудиторії, демонструє прагнення соціальних, політичних, економічних організацій до мережевої структурної репрезентації, сприяє ухваленню рішень на всіх рівнях життєдіяльності людини з використанням новітніх інформаційно-комунікативних технологій, заохочує перетворення акторів на активних учасників дискусій і обговорень із подальшою можливістю результативного впливу на соціальні інститути та ін. Обраний контекст дає змогу нам акцентувати такі риси сучасного медіапростору.

1. *Демасифікованість*. Перебування в медіапросторі формує чітке переконання, що ми є учасниками сегментованої, диференційованої аудиторії, яка, будучи величезною за численністю, не є більше масовою в сенсі однорідності та однаковості

у виборі, сприйнятті та розумінні інформації. Наприкінці ХХ століття Д. Мак Квейл констатував тенденцію щодо довільного бажання людей створювати нові, різні аудиторії, «грунтуючись на спільних інтересах або ідентичності» [16, с. 402], протягом останніх років «підживлювалася» появою нових форм використання медій, які поступово розмивали «чітке розмежування реципієнта і відправника, ... ознаки початково властиві масовій аудиторії» [16, с. 402]. Наслідком цих процесів на сьогодні є диверсифікація «фактичних» медіапросторів через «зростання кількості та спеціалізацію каналів. Утворюється більше аудиторій, але вони менші та однорідніші» [16, с. 402]. Так виникають передумови і можливості функціонування медіапростору не як системи масового інформування та маніпулювання, а як середовища неієрархічної комунікації мас-медіа й аудиторії: пересічний користувач активізує власну діяльність, стає творцем власного контенту і комунікації, що призводить до оновлення комунікаційної моделі, яка, в свою чергу, змінює шаблон «творець інформації — споживач інформації», оскільки споживач інформації може стати і співавтором інформації, і співтворцем контенту.

2. *Опосередкованість*, конструйована специфічним, технологічним каналом зв'язку (інтернет), є властивістю медіапростору. У медіапросторі пошук, сприймання, обмін, продукування інформації здійснюється без прямого фізичного контакту, спілкування на теренах медіапростору створює й активно експлуатує умови обміну меседжами між індивідами, які, за бажанням, можуть залишатися анонімними. Медіапростір — це система суб'єкт-суб'єктної смислової взаємодії між індивідами, що перебувають у різних просторово-часових вимірах, активно ініціюють, генерують і реагують на послання-повідомлення. Комунікативна взаємодія, наявна в медіапросторі, набуває рис дистальної інтеракції, яка супроводжується «відфільтруванням» невербального складника комунікації (тон голосу, поза тіла, вираз обличчя, міміка, міжособистісна дистанція, жести, дотик, запах). Дослідження проблеми взаємозв'язку електронних медій та концепцій часу і простору в сучасному світі спонукувало Р. Тцацу до висновку, згідно з яким сьогоденний комунікаційний ландшафт медіапростору породжує «репертуар «пов'язаних» відношень, які виходять за межі «опосередкованих» відношень» [22, с. 18]. Саме «пов'язані» відношення, на думку дослідниці, мінімізують значущість фізичної присутності / відсутності, вагомість географічної відстані чи часових параметрів для здійснення пошуку, продукування й обміну інформацією в медіапросторі, — формують принципово «новий комунікативний вимір і збагачують (а не заступають) особистий зв'язок» [22, с. 18].

3. *Перманентність*. Медіапростір має здатність до постійного накопичення, системного зберігання та інтегрального самооновлення інформації. У цьому контексті медіапростір здатний не тільки до ретрансляції інформації, обміну повідомленнями, а й до генерування інформаційних запитів, до продукування комунікативних передумов і потреб. У цьому ракурсі медіапростір, за визначенням С. Грицай, доречно «позиціювати як особливу реальність, яка є частиною глобального простору людського буття, що генерує і організує виробництво та споживання інформації в будь-яких формах соціальної комунікації» [7, с. 243]. Безперервність медіапростору в плані породження, організації і підтримання інформації та комунікації становить

певні загрози для людства. Так, найкориснішою навичкою сучасника є вміння фільтрувати потужні інформаційні потоки, «доступ до інформації не є дефіцитним ресурсом, дефіцитним ресурсом є механізм вибору» [12, с. 30]. Суголосними є занепокоєння, окреслені учасниками конференції «Медіа та інформаційна грамотність в інформаційному суспільстві» (2013 р.): «загроза інформаційного потопу, тобто неконтрольованого збільшення кількості інформації, що робить практично безглуздими спроби якимось керувати інформаційними процесами; ... наростання інформаційної і комунікаційної нерівності як між країнами, так і між регіонами, соціальними групами й індивідами; підвищення залежності соціальних інститутів і людей від засобів масової інформації» [9, с. 30–31].

4. *Креолізованість*. Рухливий і динамічний характер існування медіапростору зумовлює схильність останнього до візуалізації контенту, до збільшення обсягу графічної інформації, до максимального зближення усного та писемного мовлення (використання розмовних слів, жаргонізмів, професіоналізмів та ін.; неповних, еліптичних речень, парцеляції, сегментованих конструкцій тощо). Маючи ознаку креолізованості, медіапростір є структурованим двома негомогенними складниками: вербальним і невербальним (співвіднесений з іншими, відмінними від природної мови, знаковими системами). Поступово більшість учасників медіапростору за провідний обирають принцип обміну інформацією за допомогою візуальних образів: «Результати діяльності та пізнання закріплюються візуальним фактологічним матеріалом, у комунікативній практиці для полегшення порозуміння між сторонами та досягнення позитивного результату домінує візуальна графічна інформація» [18, с. 38]. Вдосконалені правила організації та структурування медіапростору дають можливість репрезентувати аудиторії інформацію в максимально простій і зручній формі за максимально стислий час. Медіапростір «рясніє» не лінійно сконструйованими текстами, а текстами креолізованими — семіотично ускладненими: невербальні елементи, набувши статусу облігатного складника медіапростору й маючи високу інформаційну місткість і прагматичний потенціал, сприяють скороченню обсягу вербального повідомлення без шкоди для його ідейно-тематичного навантаження.

5. *Гнучкість*. Конгруентність та співрозмірність медіапростору і сучасного стану розвитку суспільства створюють відчуття плинності, атомізованості та модульності просторово-часових координат існування людини. «Перебування» у медіапросторі дає змогу актору не лише переосмислювати просторові й часові межі, а й переформатовувати їх «під себе», зважаючи на ступінь вагомості / зручності / доступності. Рубежі й кордони як категорії обмеження і окреслення в контексті медіапростору є поняттями недійсними й нуліфікованими. Аналогічно час у медіапросторі розбивається і подрібнюється на низку самодостатніх моментів, які актор ретельно відмежує як фрагменти минулого й майбутнього з погляду результативності / корисності для ситуації «тут і зараз». З. Бауман, до речі, найціннішою чеснотою людини суспільства «плинної новочасності», в якому «“нещодавно” ... означає запізно» [2, с. 53], називає не підпорядкованість правилам і обов'язкам, а гнучкість, «готовність миттєво змінити тактику і стиль, здатність без жалю відкинути

зобов'язання та полатати присяги, вміння вишукувати слушні нагоди, замість триматися власних, раз і назавжди усталених настанов» [2, с. 11]. Традиційні вимірні формати часу і простору, що є як точки кореляції з реальністю, безумовно зберігаються в медіапросторі, проте актор отримує можливість і спроможність на власний розсуд ці координати інтерпретувати. Сконструйований під певного актора медіапростору конкретний просторово-часовий континуум у подальшому не матиме значення як для інших акторів загалом, так і для цього актора зокрема.

6. *Гіпертекстуальність* медіапростору забезпечується симбіозом декількох смислових ландшафтів, які співіснують, доповнюють один одного, пов'язані між собою розгалуженою навігаційною системою посилань. Інформація в медіапросторі має здатність не лише до акумулювання й накопичення, а й до осмислення і розуміння, причому саме рівень розвитку програмного забезпечення апріорі створює умови збирання, систематизації, аналізу і надання інформації в удосконалених новітніх форматах [Цит. за 4]. Провідними ознаками гіпертекстуальності медіапростору на порозі семантичного вебу, або вебу 3.0 чи вебу смислів, на думку О. Горошко, є «висока значущість параграфемічних засобів..., компактне зберігання великих обсягів різноманітної семіотичної інформації..., часові особливості розгортання тексту перед акторами (стрічка чату, форуму або послідовність коментарів у блозі), можливості постійної правки тексту і колективне авторство багатьох текстів, що розміщуються в мережі Інтернет, здійснення практично миттєвого тиражування, ... швидкість розповсюдження і редагування електронного тексту; одночасна робота з текстом значної кількості людей тощо [3, с. 113–114]. За визначенням К. Горської, гіпертекстовість надає змогу актору довільного, нефіксованого «входу» до медіапростору і переформатовує «структуру цілісного сприйняття контенту споживачем. Квант контенту при цьому зміщується залежно від місця «входу» та вектору його перегляду (ознайомлення)» [5, с. 184]. Залежно від «ставлення» до джерел інформації медіапростір має справу з гіпертекстуальністю двох видів — спіралеподібна гіпертекстовість (посилання в межах того самого сайту, в межах того самого порядку денного) і альтернативна гіпертекстовість (вихід за межі конкретного сайту, залучення інших ресурсів, що демонструють протилежні погляди і позиції).

7. *Іграізація* як «особливий стиль життя, який передбачає парадоксальне поєднання серйозного й потішного, реального та віртуального, чуттєвого й інтелектуального, організаційного та дезорганізаційного, раціонального й ірраціонального» [14, с. 21] визначають дослідники як стабільний і цілком очевидний вектор розвитку сучасного медіапростору [19, с. 74; 6]. Провідною рисою іграізації С. Кравченко називає практичну, прагматичну орієнтацію принципів гри у діях, залучених до неї індивідів, відсутність фіксованих, усталених правил (на відміну від традиційної гри, регламентованої суворими правилами, недотримання яких супроводжується виключенням індивіда з ігрового процесу) [14, с. 26], що зі свого боку, надає індивідам можливість постійно змінювати й переінакшувати власні принципи дій і практик, адаптуватися до інновацій, пристосовуватися до життя в умовах плюралізації системи знань і багатовимірності часу і простору [14, с. 26]. Відповідно, іграізація медіапростору передбачає «розкріпачення» актора, сприяє відвойовуванню

власної індивідуальності, з одного боку, а з іншого — змушує його чітко регламентувати моделі поведінки, дозувати обсяги пошуку / продукування / трансляції / зберігання інформації, — тобто певною мірою іграція сприяє персоналізації учасників медіапростору. Аудиторія медіа, виробники контенту, канали трансляції і безпосередньо медіа отримують можливість «бавитися» з медіапростором: гра стимулює і одночасно забезпечує і лінійні, і нелінійні (гіпертекстові) версії й перетворення, зачаровує можливістю непередбачуваних емоційних та інтелектуальних переживань.

Висновки. Медіапростір як відносно «суверенна» динамічна система є результатом конгруентного співвідношення технологічного, інформаційно-комунікаційного, соціального і територіального вимірів існування. Обраний ракурс усуває «однобічність» в інтерпретації медіапростору і дає змогу виокремити провідні атрибути кожного з вимірів. Репрезентований сукупністю масмедійних мереж і потоків, «старих», «нових» і конвергентних форм; утворений системою взаємозв'язків виробників і споживачів інформації; позиційований, з одного боку, як світ без традиційних обмежень фізичного простору і параметрів географічної віддаленості, з іншого, як конкретна територія з чітко визначеним ресстром розташованих на ній інформаційних ресурсів і джерел, із сукупністю організаційних і технічних засобів пошуку, збирання, опрацювання, поширення і зберігання інформації – сучасний медіапростір може бути потрактований як глобальна система, що поглинає, відтворює і продукує мікро- і макросфери життєдіяльності людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. Москва: Издательство «Весь Мир», 2004. 188 с.
2. Бауман З. Плинні часи: життя в добу. Київ: Критика, 2013. 176 с.
3. Горошко О. І. Від психолінгвістики 2.0 до психолінгвістики 3.0: Quo Vadis? *Психолінгвістика: [зб. наук. праць ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»]*. Переяслав-Хмельницький: ПП «СКД», 2009. Вип. 3. С. 108–124.
4. Горошко Е. Гипертекст 3.0: лингвистический анализ. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=215>.
5. Горська К. О. Медіаконтент цифрової доби: трансформації та функціонування: дис. ... д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01. Київ, 2016. 449 с.
6. Григорьева Л. Ю. Практики игрофикации в массмедиа: сопряженность персонального и имперсонального. *Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке*. 2013. № 4. С. 92–102. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/praktiki-igrofikatsii-v-massmedia-sopryazhennost-personalnogo-i-impersonalnogo>.
7. Грицай С. В. Визначення поняття «медіапростір» з позицій міждисциплінарного підходу. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 36. С. 236–244.
8. Делёз Ж., Гватари Ф. Машина войны. Трактат о номадологии. URL: <http://prometa.ru/lib/13>.
9. Дзялошинский И. М. Медиа и информация: пространственный подход. Медийно-информационная грамотность в России: дорога в будущее. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Медиа- и информационная грамотность в информационном

- обществе» (Москва, 24–27 апреля 2013 г.) / сост. Е. И. Кузьмин, И. В. Жилавская, Д. Д. Игнатова, под ред. И. В. Жилавской. Москва: МЦБС, 2014. С. 22–35.
10. Дзялошинский И. М. Медиаобразование: поиск новой парадигмы. *Медиаобразование 2015*: сб. трудов Всероссийского форума конференций «Медиаобразование 2015. Медиа-информационная грамотность для всех» / Москва, 11 декабря 2015 г. / под ред. И. В. Жилавской. Москва: МПГУ, 2015. С. 17–25.
 11. Дзялошинский И. М. Медиаобразование: работа с текстами или умение ориентироваться в медиaprостранстве? *Медиаобразование 2013*: сб. трудов Международного форума конференций. Москва: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. С. 28–47. URL: <https://publications.hse.ru/en/chapters/100111170>.
 12. Еріксен Т. Г. Тиранія моменту: швидкий і повільний час в інформаційну добу. Львів: Кальварія, 2004. 196 с.
 13. Корнеев В. М. Соціальнокомунікаційний підхід в українській науці: дис. ... д-ра наук із соціальних комунікацій: 27.00.01. Київ, 2016. 450 с.
 14. Кравченко С. А. Нелинейная социокультурная динамика: играйзационный подход. Москва: МГИМО-Университет, 2006. 170 с.
 15. Лефевр А. Производство пространства. Москва: Streike Press, 2015. 432 с.
 16. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
 17. Ним Е. Г. Медиапространство: основные направления исследований. *Бизнес. Общество. Власть*. 2013. № 14. С. 31–41. URL: <https://www.hse.ru/mag/27364712/2013--14/83-292427.html>.
 18. Удріс Н. С. Візуалізація комунікативної практики як домінанта соціальної комунікації першого десятиліття ХХІ століття. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]*. Сер. Соціологія. 2013. Вип. 199. Т. 211. С. 38–43.
 19. Чернавский А. С. Особенности современного медиапотребления и феномен новых медиа. *Власть*. 2015. № 7. С. 73–75.
 20. Castells M. *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture*. 2nd ed. 2010. Chichester, West Sussex, United Kingdom: Blackwell. 625 p.
 21. *Media Convergence and the Transformed Media Environment. Classification – Content Regulation and Convergent Media: final report*. Australia, 2012. P. 63–77. URL: <http://www.alrc.gov.au/publications/classification-content-regulation-and-convergent-media-alrc-report-118>.
 22. Tsatsou P. Reconceptualising «Time» and «Space» in the Era of Electronic Media and Communications. *Journal of Media and Communication*. July 2009. Vol. 1. P. 11–32. URL: https://platformjmc.files.wordpress.com/2015/04/platformvol1_tsatsou.pdf.

REFERENCES

1. Bauman, Z. (2004). *Globalizatsiia. Posledstviia dlia cheloveka i obshchestva*. Moskva: Izdatelstvo «Ves Mir» (in Russian).
2. Bauman, Z. (2013). *Plynni chasy: zhyttia v dobu*. Kyiv: Krytyka (in Ukrainian).
3. Horoshko, O. I. (2009). *Vid psykhohinhivistyky 2.0 do psykhohinhivistyky 3.0: Quo Vadis?: Psykhohinhivistyka: [zb. nauk. prats DVNZ «Pereiaslav-Khmelnytskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Hryhoriia Skovorody»]*. Pereiaslav-Khmelnytskyi: PP «SKD», 3, 108–124 (in Ukrainian).

4. Goroshko, E. Gipertekst 3.0: lingvisticheskii analiz. Retrieved from <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=215> (in Russian).
5. Horska, K. O. (2016). Mediakontent tsyfrovoy doby: transformatsii ta funktsionuvannia: dys. ... d-ra nauk iz sotsialnykh komunikatsii: 27.00.01. Kyiv (in Ukrainian).
6. Grigoreva, L. Iu. (2013). Praktiki igrofikatsii v massmedia: sopriazhennost personalnogo i impersonalnogo: Gumanitarnye issledovaniia v Vostochnoi Sibiri i na Dalnem Vostoke, 4, 92–102. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/praktiki-igrofikatsii-v-massmedia-sopriazhennost-personalnogo-i-impersonalnogo> (in Russian).
7. Hrytsai, S. V. (2012). Vyznachennia poniattia «mediaprostir» z pozytsii mizhdystsyplinarnoho pidkhodu: Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury, 36, 236–244 (in Ukrainian).
8. Delëz, Zh., & Gvatari, F. Mashina voiny. Traktat o nomadologii. Retrieved from <http://prometa.ru/lib/13> (in Russian).
9. Dzialoshinskii, I. M. (2014). Media i informatsiia: prostranstvennyi podkhod. Mediino-informatsionnaia gramotnost v Rossii: doroga v budushchee. Sbornik materialov Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Media-i informatsionnaia gramotnost v informatsionnom obshchestve» (Moskva, 24–27 aprelia 2013 g.). Moskva: MTcBS, 22–35 (in Russian).
10. Dzialoshinskii, I. M. (2015). Mediaobrazovanie: poisk novoi paradigmy: Mediaobrazovanie 2015: sb. trudov Vserossiiskogo foruma konferentsii «Mediaobrazovanie 2015. Media-informatsionnaia gramotnost dlia vseh» / Moskva, 11 dekabria 2015 g. Moskva: MPGU, 17–25 (in Russian).
11. Dzialoshinskii, I. M. (2013). Mediaobrazovanie: rabota s tekstami ili umenie orientirovatsia v mediaprostranstve? Mediaobrazovanie 2013: sb. trudov Mezhdunarodnogo foruma konferentsii. Moskva: RITc MGGU im. M. A. Sholokhova, 28–47 Retrieved from <https://publications.hse.ru/en/chapters/100111170> (in Russian).
12. Eriksen, T. H. (2004). Tyraniiia momentu: shvydkyi i povilnyi chas v informatsiinu dobu. Lviv: Kalvariia (in Ukrainian).
13. Kornieiev, V. M. (2016). Sotsialnokomunikatsiinyi pidkhid v ukrainskii nautsi: dys. ... d-ra nauk iz sotsialnykh komunikatsii: 27.00.01. Kyiv (in Ukrainian).
14. Kravchenko, S. A. (2006). Nelineinaia sotciokulturnaia dinamika: igraiatcionnyi podkhod. Moskva: MGIMO-Universitet (in Russian).
15. Lefevr, A. (2015). Proizvodstvo prostranstva. Moskva: Streike Press (in Russian).
16. Mak-Kveil, D. (2010). Teoriia masovoi komunikatsii. Lviv: Litopys (in Ukrainian).
17. Nim, E. G. (2013). Mediaprostranstvo: osnovnye napravleniia issledovani: Biznes. Obshchestvo. Vlast, 14, 31–41 Retrieved from <https://www.hse.ru/mag/27364712/2013--14/83-292427.html> (in Russian).
18. Udris, N. S. (2013). Vizualizatsiia komunikatyvnoi praktyky yak dominanta sotsialnoi komunikatsii pershoho desiatylyttia KhKhI stolittia: Naukovi pratsi [Chornomorskoho derzhavnogo universytetu imeni Petra Mohyly]. Ser. Sotsiolohiia, 199, 211, 38–43 (in Ukrainian).
19. Chernavskii, A. S. (2015). Osobennosti sovremennogo mediapotrebleniia i fenomen novykh media: Vlast, 7, 73–75 (in Russian).
20. Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture. 2nd ed. Chichester, West Sussex, United Kingdom: Blackwell (in English).
21. Media Convergence and the Transformed Media Environment. Classification – Content Regulation and Convergent Media: final report. (2012). Australia, 63–77. Retrieved from <http://>

www.alrc.gov.au/publications/classification-content-regulation-and-convergent-media-alrc-report-118 (in English).

22. Tsatsou, P. (2009). Reconceptualising «Time» and «Space» in the Era of Electronic Media and Communications: *Journal of Media and Communication*, 1, 11–32. Retrieved from https://platformjmc.files.wordpress.com/2015/04/platformvol1_tsatsou.pdf (in English).

doi: 10.32403/0554-4866-2018-1-75-114-124

INFORMATIONAL-COMMUNICATIVE AND TECHNOLOGICAL DIMENSIONS OF MEDIA SPACE

O. O. Porpulit

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
36/1 Melnikova St., Kyiv, 04119, Ukraine
porpulit@ukr.net*

In the context of informational and digital innovations, the emergence of “haste culture”, globalization and networking, which in its turn, has inspired an unprecedented technological conquest of time and space in modern society, has given the mankind an opportunity to “overcome” time and space limits: the emphasis is made on the phenomenon of media space. Multidimensional, controversial and complex entity of the studied object has been highlighted. Technological, territorial, sociological, informational and communicational dimensions of media space have been singled out. The congruent correlation of information and communication and social contexts of the researched phenomenon has been demonstrated. Technological details (mobility, interactivity, convergence, persistency) as well as information and communication dimensions (disassembly, mediation, permanence, creolosity, flexibility, hypertextuality, gaming) have been described in detail. It has been proven that the chosen angle eliminates “one-sidedness” in the interpretation of media space and makes it possible to distinguish the leading attributes of each dimension. Represented by a set of media networks and streams, “old”, “new” and convergent forms; formed by a system of interconnections of producers and consumers of information; on the one hand, as a world without traditional restrictions of physical space and geographical distance parameters, on the other hand, as a specific territory with a clearly defined register of information resources and sources located therein, with a set of organizational and technical means of searching, assembling, processing, dissemination and storage of information – the modern media space can be described as a global system that absorbs, reproduces and produces micro-and macro-fields of human life. The stated approach will allow to further explore the media space as an objectively existing self-created, reproducible and refined dynamic system.

Keywords: *media space, mobility, interactivity, convergence, demassification, permanence, creolization, flexibility, hyper-textuality, gamification.*

Стаття надійшла до редакції 18.04.2018.

Received 18.04.2018.