

DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.70.57>
УДК 659.3-027.21

ТЕРМІН «МЕДІА-ПРОСТІР»: ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД

Селезньова О. М.,
доктор юридичних наук, доцент,
завідувач кафедри професійних та спеціальних правових дисциплін
Буковинського університету
ORCID ID 0000-0001-5095-277X
celezniiov@gmail.com

Селезньова О. М. Термін «медіа-простір»: теоретичний підхід.

Визначивши, що наука інформаційного права потребує досліджень теоретичного змісту, спрямованих зокрема на формування належного термінологічного апарату, у статті за допомогою методу структурно-системного аналізу здійснюється спроба формулювання підходу до розуміння та правильного трактування дефініції медіа-простору.

Проаналізувавши певні наукові позиції на внутрішню природу медіа-простору, автор зауважує, що даний термін пояснюється без зв'язку з іншими теоретичними конструкціями, може мати відмінності у тлумаченні змісту з акцентами на різні прояви медіа-простору, а також простежуються деяке звуження змістового наповнення в одних випадках, або узагальнення – в інших. Ситуація ускладнюється ще й тим, що термін «медіа-простір» широко вживається не тільки в науці інформаційного права, але й у інших суспільних науках – філософії, політології, журналістиці, соціології тощо. Не дивно, що кожна з наук може мати своє (відмінне від інших) трактування одного й того терміну (у даному випадку – «медіа-простір»).

Такий стан речей позбавляє термін «медіа-простір» системної логічності, зумовлює вживання там, де необхідний інший, деформує уявлення про внутрішній зміст.

Саме тому при визначенні терміну «медіа-простір» та з'ясуванні його місця в термінологічному апараті автором пропонується в дослідженні виходити спочатку з метакатегорії інформаційного суспільства, а вже потім – з таких конструкцій, як «інформаційна сфера» та «інформаційний простір». Доводиться, що медіа-простір є сегментом (частиною) інформаційного простору, а значить йому притаманні ознаки, які характерні і для інформаційного простору (концепція «одиничне – загальне»). Разом з тим, з'ясовано специфічні вирізняльні риси, які обумовлюють виділення цього простору з інформаційного (суб'єктний склад, нематеріальна складова тощо). Відповідно розкриваються ознаки теориторіальності та ресурсності, нематеріальної частини, функціонування засобів масової інформації як спеціальних суб'єктів медіа-простору, незалежності від внутрішнього світу людини, прямого чи опосередкованого впливу на свідомість людини (людей).

Ключові слова: медіа-простір, інформаційний простір, інформаційна сфера, інформаційне суспільство, засоби масової інформації.

Celezniova O. The term «media-space»: theoretical approach.

Determining that the science of information law requires research of theoretical content, aimed in particular at forming a proper terminological apparatus, the author in the article using the method of structural-system analysis attempts to formulate an approach to understanding and interpreting the definition of media space.

Analyzing certain scientific positions on the internal nature of the media space, the author notes that this term is explained without reference to other theoretical constructions, may have differences in interpretation of the content with emphasis on various manifestations of media space, and some narrowing of the content in in some cases, or generalizations – in others. The situation is further complicated by the fact that the term «media space» is widely used not only in the science of information law, but also in other social sciences

– philosophy, political science, journalism, sociology and more. Not surprisingly, each of the sciences may have its own (different from the others) interpretation of the same term (in this case – «media space»).

This state of affairs deprives the term «media space» of systemic logic, causes its use where another is needed, distorts the notion of internal meaning.

That is why when defining the term «media space» and clarifying its place in the terminological apparatus, the author proposes to proceed first from the metacategory of the information society, and only then – from such constructions as «information sphere» and «information space». It turns out that the media space is a segment (part) of the information space, and therefore it has features that are characteristic of the information space (the concept of «single – general»). At the same time, the specific distinctive features that determine the separation of this space from the information (subject composition, intangible component, etc.) have been clarified. Accordingly, the signs of territoriality and resourcefulness, the intangible part, the functioning of the media as special subjects of the media space, independence from the inner world of man, direct or indirect influence on human consciousness (people) are revealed.

Key words: media space, information space, information sphere, information society, mass media.

Постановка проблеми. Події, які сьогодні розгортаються в Україні, наглядно демонструють всьому світові роль та вплив на свідомість людей засобів масової інформації, в першу чергу, цифрових. Трагедія українського народу стала ключовою у медіа-просторі як нашої держави, так і всього світу. Усе це показує наскільки важливими є явища медіа та його похідних. Особливо актуального звучання набирає юридичний аспект реалізації зазначеної категорії, правове розуміння її складної природи, з'ясування приналежності до окремої галузі права тощо. До сих пір ці питання у вітчизняній науці залишаються нерозв'язаними, але потрібно розуміти, що саме теоретичні конструкції створюють той фундамент, на якому може бути забезпечене оптимальне регулювання існуючих відносин, пов'язаних з медіа. Серед інших залишається також відкритим питання про термінологічний апарат інформаційного права, зокрема в розрізі медіа-права. І однією з недосліджених є категорія «медіа-простір».

Стан опрацювання проблематики медіа-простору доволі неоднозначний. Широта поглядів на внутрішню природу та неоднакове трактування терміну «медіа-простір» зумовлюють виникнення цілого спектру наукових доробків, пов'язаних з медіа-дослідженнями у певних галузях. Серед науковців, які в специфічних аспектах різних наук вивчали медіа-простір, можна назвати Н. В. Голованову, С. А. Довгаля, О. Б. Зінчину, В. К. Конах, О. В. Петрунько та інших. З іншого боку, праць, які б розкривали теоретичну сутність терміну «медіа-простір», визначали його системну конструкцію та взаємозв'язки з іншими категоріями інформаційного суспільства в загальному, та інформаційного права зокрема, вкрай мало. Деякі теоретичні моменти заявленої проблематики мають місце у напрацюваннях В. М. Брижка, Р. А. Калужного, З. О. Кукіної, О. О. Кульчія, А. І. Марущака, О. О. Суської, В. С. Цимбалюка та інших. Разом з тим, у цілому питання теоретичних та системних характеристик терміну «медіа-простір» на сьогодні є малорозробленим.

Метою статті є формування за допомогою методу структурно-системного аналізу теоретичного підходу до розуміння терміну «медіа-простір» та його місця в системі існуючого понятійно-категоріального апарату науки загалом та інформаційного права зокрема.

Виклад основного матеріалу. Загальноживаність термінології, яка використовується для трактування явищ та відносин, пов'язаних з медіа, стала причиною того, що у науковій спільноті одні й ті ж самі поняття можуть вживатися в неоднакових або синонімічних, звужених або розширених значеннях. Крім того, одні дефініції можуть підмінюватися іншими, хоча останні несуть у собі зовсім відмінний зміст. Така ситуація створює перешкоди оптимальній інтеграції суспільних знань (з філософії, права, журналістики, психології тощо) та подальшому використанню накопиченої інформації про вищезазначені явища. Узгодження термінології стає надзадачею, оскільки тільки так може бути побудований теоретичний фундамент, який надасть можливість точного, адекватного та структурованого розуміння певних явищ.

Серед таких термінів як «медіа», «мас-медіа», «медіа-система», «медіа-політика», окреме місце займає поняття «медіа-простір», розуміння якого серед науковців неоднакове.

Проаналізувавши деяку літературу, можна виділити такі наукові позиції розуміння медіа-простору: –позиція з акцентом на існуючий обсяг інформації та засобів трансляції інформації. Зокрема, Н. В. Голованова зауважує, що досить часто під медіа-простором розуміють весь обсяг інформації, що циркулює в інформаційних потоках, і всі засоби трансляції інформації, зокрема бібліоте-

ки, архіви, сховища, засоби масової інформації, засоби усної комунікації, лекторські зали університетів і академій [1, с.28];

–позиція з акцентом на ознаку віртуальності. На думку А. К. Назарбетової, медіа-простір – це простір, який створюється засобами комунікації, де окремі люди чи їх групи та інші спільноти можуть діяти разом та водночас для виробництва і використання інформації [2, с.3];

–позиція з акцентом на територіальну або просторову складову. Так, В. К. Конах, розглядаючи поняття «національний медіа-простір» [3, с.124], охоплює у визначенні державно-територіальний аспект інформаційної взаємодії організацій та осіб та вводить у дефініцію термін медіа-інфраструктури (традиційні та новітні мас-медіа), на основі якої і здійснюється зазначена взаємодія. Або науковцями проводиться інтерпретація медіа-простору як частини соціального простору, що має три форми репрезентації: фізичний простір, простір соціальних відносин і символічний простір [4, с.82].

Перелік наукового тлумачення терміну «медіа-простір» не є виключеним. Більше того, медіа-простір пропонується розглядати як синонім поняття «ноосфера» [1, с.34]. Або ж з точки зору журналістики медіапростір є синонімічним до поняття поняття «медіа-середовища» [3, с.117].

Яка ж справжня онтологічна природа терміну «медіа-простір»? З'ясувати це можливо, застосувавши метод структурно-системного аналізу відносно існуючого понятійно-категоріального апарату. Враховуючи той факт, що медіа-простір беззаперечно пов'язаний з інформацією та інформаційними відносинами, розглядати його потрібно в контексті системи існуючих інформаційних дефініцій.

Однією з підвалин сучасної інформаційної науки є категорія інформаційного суспільства. Тому будь-яка інша інформаційна категорія більшою чи меншою мірою співвідноситься з нею, утворюючи своєрідні зв'язки. Саме термін «інформаційне суспільство» є тим фундаментом, на яких розвиваються наступні терміни, у тому числі й термін «медіа-простір».

Вивчаючи сутність інформаційного суспільства [5], можна дійти висновку, що трактування цієї категорії обумовлено двома основними аспектами: по-перше, це безперервний спіралеподібний процес, а також ступінь досягнення державами ознак інформаційності; по-друге, це вид реальності, в якій певним чином (у тому числі, правовим) організується життя та діяльність людської спільноти. Тобто ключовими факторами у розумінні інформаційного суспільства є існуючий інформаційний стан держави (держав) та особистісно-соціальне сприйняття людиною такої реальності (державницька та особистісна компоненти).

Інформаційне суспільство не може розвиватися, не продукуючи вже самим фактом свого існування інформаційної сфери, яка відрізняється від інших сфер суспільства та володіє своїми власними ознаками. Іншими словами, якщо інформаційне суспільство – це первинне явище, нематеріальний показник, то інформаційна сфера розкривається як вторинне, у взаємозв'язку інформаційної інфраструктури, інформаційної діяльності, інформаційної культури тощо, доволі часто наділена вже матеріальними рисами. І однією з частин інформаційної сфери становиться медіа-сфера. Засоби зв'язку та передавання інформації формують дещо відособлений, але невіддільно поєднаний з інформаційною сферою, сегмент.

Інформаційна сфера у ряді випадків і у певній своїй частині може бути обмежена матеріальною або нематеріальною територією. Територіальний критерій обумовлює виникнення іншого терміну, а саме: «інформаційний простір». Цей термін уже буде вужчим у трактуванні від інформаційної сфери, оскільки вказує на своєрідний ліміт, кордони поширення певного виду інформаційного простору (наприклад, інформаційний простір України, європейський інформаційний простір та ін.). І вже відповідно в рамках інформаційного простору можна розглядати медіа-простір.

Сформулюємо гіпотезу: *медіа-простір* – це частина інформаційного простору, яка локалізується відповідною матеріальною територією та нематеріальною галуззю, обумовлює існування та діяльність засобів масової інформації (включаючи електронні), функціонує за межами внутрішнього світу людини, але здійснює прямий та опосередкований інформаційний вплив на її свідомість.

Недоцільним є розуміння під медіа-простором всього обсягу інформації, що циркулює в інформаційних потоках, оскільки таким чином мова йде про сегмент інформаційної сфери (сукупність інформації у будь-якій матеріальній та нематеріальній формі). Крім інформації, поняття інформаційної сфери включає інформаційну діяльність фізичних і юридичних осіб, самих суб'єктів інформаційної діяльності (разом із засобами масової інформації), інформаційну інфраструктуру, інформаційний мікро- та макроклімат. Медіа-простір охоплює доволі велику, але все ж таки частину існуючої інфор-

мації, а саме: інформацію, яка виникає та поширюється внаслідок діяльності традиційних та новітніх засобів масової інформації. Існування інших видів інформації (таємної, особистої тощо) та різний механізм їхнього обігу не припускає можливості відносити до поняття медіа-простору всього обсягу інформації.

При дефінітивній визначеності поняття медіа-простору важливою є вказівка на його структурну приналежність до інформаційного простору. Тільки обумовлення того, що він є частиною інформаційного простору, формує адекватне уявлення про його інформаційну природу, а отже, забезпечується системна диференціація понять. Розуміння медіа-простору лишень як простору з відповідними ознаками вибиває це поняття з категоріального апарату та позбавляє цілісності у сприйнятті усієї його внутрішньої сутності. Саме так звужується доктринальне тлумачення терміну.

Ще більш звужене розуміння медіа-простору проявляється у трактуванні його як синоніму поняття «медіа-середовища». Термін «медіа-середовище» за своїм внутрішнім змістом є вужчим за термін «медіа-простір», аналогічно тому як термін «інформаційний простір» є вужчим за термін «інформаційне середовище». Так, інформаційне середовище проявляється на більш нижчому рівні – інформаційне середовище колективу, спільноти, державних органів тощо. Тобто наявним є своєрідний інформаційний мікроклімат, мінімальна територія поширення, обмежена кількість суб'єктів інформаційної діяльності. Медіа-середовище характеризується такими ж властивостями із уточненням складу суб'єктів інформаційної діяльності (пов'язаних саме з медійною діяльністю), територіальною складовою тощо.

Водночас необхідно не сприймати поняття «медіа-простір» і у ширшому розумінні, чим він є (наприклад, як синонім поняття «ноосфера»). Ноосфера – це різностороннє явище із складним філософським змістом, ядром якого виступає субстанція поєднання розуму та природи. Ноосфера включає до свого складу інформаційну сферу, інформаційна сфера – інформаційний простір, і уже інформаційний простір, у свою чергу, – медіа-простір.

Оскільки медіа-простір є частиною інформаційного простору, йому притаманна ознака територіальності. Відповідно до цієї ознаки можна виділити медіа-простір держави (України, Польщі, Італії тощо), медіа-простір кількох держав (європейський медіа-простір), віртуальний медіа-простір (простір, створений новітніми (електронними) засобами масової інформації).

Крім територіальної визначеності, медіа-простір володіє ще і низкою приналежних йому матеріальних складових: сервери, гаджети, різні інформаційні технології тощо. Тобто матеріальна сутність медіа-простору проявляється у двох ознаках: територіальності та ресурсності.

Наступна ознака медіа-простору характеризується сукупністю належних йому нематеріальних цінностей (право на інформацію, інформаційний продукт засобів масової інформації, медійна культура).

Водночас медіа-простір обумовлює існування засобів масової інформації (включаючи електронні). Тобто проявляється зв'язок взаємозалежності двох термінів: медіа-простір створює умови для функціонування засобів масової інформації, а завдяки таким засобам має місце і відповідний простір.

Медіа-простір має реальний вимір (обмежений територією або своєрідним середовищем віртуального світу), оскільки не залежить від волі конкретної людини і здатний функціонувати поза сферою її існування. Однак цей простір майже завжди буде здійснювати прямий або опосередкований інформаційний вплив на свідомість людини (людей). І залежно від рівня інформаційного імунітету людини такий вплив проявлятиметься уже більшою чи меншою мірою.

Саме тому у цьому контексті варто підтримати зауваження О. О. Суської [6, с.33] щодо потреби в ґрунтовній уяві про межі, функції та наслідки широкомасштабного впливу засобів масової комунікації на свідомість українського соціуму – від індивідуальної особистості до соціальної групи і цілої спільноти.

Заявлені аспекти проблеми вимагають свого дослідження в подальшому, оскільки не зважаючи на те, що засоби масової інформації нібито повинні слугувати рупором моральних цінностей та опорою подальшого розвитку демократичного суспільства в державі, питання маніпулювання суспільною думкою залишається відкритим. До слова, у науці були спроби оцінити можливості впливу засобів мас-медіа на окрему особу та суспільство в цілому і, як наслідок, представлено рівні, типи, методи маніпулятивного впливу [7], але існує необхідність вивчення позитивного чи негативного впливу засобів масової інформації у розрізі медіа-простору.

Висновки. Дослідивши за допомогою методу структурно-системного аналізу внутрішню сутність медіа-простору, приходимо до висновку, що це складне явище певної упорядкованої конфігурації. Його термінологічна основа випливає, як окреме, з ширших по змісту термінів «інформаційне сус-

пільство», «інформаційна сфера», «інформаційний простір». Таке термінологічне «сусідство» при визначенні місця знаходження терміну «медіа-простору» обумовлює його зв'язок як з загальнонауковими категоріями, так і з галузевими (науки інформаційного права). Формулюється теоретичний підхід, згідно якого медіа-простір – це частина інформаційного простору, яка локалізується відповідною матеріальною територією та нематеріальною галуззю, обумовлює існування та діяльність засобів масової інформації (включаючи електронні), функціонує за межами внутрішнього світу людини, але здійснює прямий та опосередкований інформаційний вплив на її свідомість.

Термінологічна невизначеність цілої низки понять обумовлюють потребу в подальших дослідженнях таких категорій, як «медіа-система», «медіа-політика», «медіа-право» та інших.

Список використаних джерел:

1. Голованова Н. В. Медіапростір як важливий чинник побудови інформаційного суспільства. *Актуальні проблеми державного управління*. 2017. № 1 (51). С. 27-34.
2. Назарбетова А. К. Политический контекст масс-медийного пространства: опыт политической компаративистики: дис. на соиск. ст. доктора философии. Казахстан, Алматы, 2017. 137 с.
3. Конах В. К. Виникнення та еволюція поняття «медіа-простір» в науковій думці. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2015. № 2. С. 112-129.
4. Зінчина О. Б., Токар В. С. Медіапростір сучасного суспільства: проблеми дефініції. *Матеріали VII Міжнародної науково-теоретичної інтернет-конференції «Місто. Культура. Цивілізація»*. Харків, 2017. С. 82-85.
5. Селезньова О. М. Теоретико-методологічні основи інформаційного права України : монографія. Чернівці: Місто, 2014. 408 с.
6. Суська О. О. Інформаційний імунітет: проблеми психологічного захисту в інформаційному просторі : монографія. К., 2008. 108 с.
7. Поліщук Ю., Гнатюк С., Сейлова Н. Мас медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство. *Безпека інформації*. 2015. Т.21. Вип.3. С. 301-308.