

УДК 316.774.001.8

Методологія соціального простору масової комунікації
Чернявська Л.В.

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

В статті аналізується еволюція досліджень соціального простору. Визначено основні наукові напрацювання в філософії, соціології. Робиться огляд основних методологічних праць категорії соціального простору в доробку П. Сорокіна та П. Бурдьє. Зроблено огляд праць сучасних українських дослідників соціального простору. Особливу увагу приділено розробкам П. Бурдьє, що вперше з позицій соціального простору і використовуючи власну методiku аналізу, дослідив поле журналістики, зокрема телебачення.

Ключові слова: соціальний простір, соціальне поле, соціальна стратифікація, методологія, медіа.

Глобалізаційні процеси перетворення світу потребують переосмислення термінології поділу світу на метапростори, наукової перцепції методології такого поділу в соціальній сфері. Погляд на людину в системі соціокультурних доміант особистості серед яких виділяється внутрішня особистість, котра є проекцією людини щодо морально-етичних категорій, які надають їй відчуття власної гармонії в світі, та особистості зовнішньої, що перебуває в параметрах певних соціальних ролей. Ці доміанти стають основою творення соціопросторових координат особистості. Різні суспільства корелюються різними типами духовного капіталу, що визначає світосприйняття, самовизначення, мотиви та поведінку різних соціальних утворень. Соціальна взаємодія передбачає використання комунікаційних процесів, що можуть мати масовокомунікаційний характер. За своєю природою масова комунікація обслуговує штучні маси, «її пряме призначення, – за визначенням В. Різуна, – бути середовищем для лідерів, вождів, керівників, які «працюють» з народом» [7, с.22]. Тому масова комунікація як вид соціальної взаємодії потребує синтезу методологій, що відповідають процесам, які відбуваються у сучасному суспільстві. Методологія соціального простору масової комунікації має власну історію і зафіксувала появу понять, що потрапляють у поле зору різних галузей наукових досліджень.

Соціальний простір як об'єкт досліджень українських науковців постає переважно у філософії, соціології, економіці. Так, наприклад, економікоцентрична онтологія сучасного світу про яку говорять російські вчені (монографія «Людина й суспільство» [12]) суголосна розгляду соціального простору в системі єдиного економічного простору України українськими економістами (Л. Чернюк), зокрема, вироблення методологічних засад його розбудови. Глобалізаційні перспективи спонукають філософів (Ж. Шафаренко) до аналізу методологічного інструментарію соціального простору в структуралістській практиці, зокрема, в працях П. Бурдьє. Соціологічне теоретизування щодо феноменів повсякденної соціальної реальності пов'язаної із соціопросторовими конструктами спонукає соціологів (Н. Міхно) до перегляду методологічних основ соціального простору, що формувався протягом століття від модерну до постмодерну.

Масова комунікація в системі соціології масових комунікацій розглядається з позицій таких основних концептуальних підходів як концепція тотального впливу, кон-

цепція обмежених ефектів, концепція глобалістської орієнтації, семіотична концепція, постмодерністські концепції, що спрямовані на розгляд впливу ЗМІ на аудиторію та роль їх як соціального регулятора [10]. Отже, вивчення функціонування мас-медіа потребує осмислення їх ролі у формуванні суспільних цінностей, саме такий напрямок передбачає розробка концепції соціального простору масової комунікації. Про цей напрямок говорить С. Макеєв, вказуючи, що масова комунікація попри спроби визначення її впливу на аудиторію здійснює репрезентацію «знань, цінностей і зразків, які за певних умов засвоюються індивідами і групами» [5, с.230]. Це та робота виробників ідей з аудиторією через посередництво ЗМІ, про яку говорить В. Різун. Швидка зміна у сфері медіа вимагає комплексної інноваційної методології масової комунікації, як зазначає В. Демченко «Структурно подібна теорія може розроблятися на декількох рівнях: як мегатеорія, що представляє глобальні закономірності та епістоли; як закони середнього рівня, які фіксують парадигми окремих, перш за все, автономних, соціальних об'єктів – журналістики, реклами, зв'язків з громадськістю та прикладних знань» [3, с.29]. Систему взаємозв'язку медіа та соціальних груп суспільства визначає С.Квіт: «ЗМК/ЗМІ обслуговують інтереси різних соціальних груп суспільства, розвиваючи зв'язки, тобто комунікацію між ними» [4, с.14]. Отже, медіа перебуваючи у тісному взаємозв'язку із аудиторією корелюється соціальними потребами, інтересами певних груп людей, організованих в соціопросторовому відношенні і стала актуальною проблемою для вивчення.

Метою дослідження є спроба окреслення методології соціального простору масової комунікації, визначення основних понять та концептів соціопросторових характеристик. Мета передбачає вирішення таких завдань:

- простежити історію вивчення поняття соціального простору та тенденції розвитку цього поняття;
- розглянути методологічний інструментарій соціального простору в працях П. Сорокіна, П. Бурдьє та ін. й окреслити його можливості щодо вивчення масової комунікації.

Початок розгляду поняття соціальний простір традиційно пов'язують із працями О. Конта, Е. Дюркгайма, Г. Зіммеля та ін.. Проте якісно новий крок у визначенні поняття соціального простору здійснює П. Сорокін, який вказуючи на існування соціального утворення – соціальний простір, здійснює систематизацію поняття з погляду соціальної мобільності, тобто переміщень індивіда в соціальному просторі. На відміну від О. Конта, що говорить про тривимірність соціального простору, П. Сорокін підкреслює його багатовимірність, проте погоджується із можливістю зменшення параметрів, скажімо, окреслення вертикального та горизонтального параметрів соціального всесвіту. Окреслюється три основних методологічних положення у характеристиці соціального простору, а саме: соціальний простір складає народонаселення Землі, соціальний статус визначається сукупністю зв'язків із усіма групами населення та всередині цих груп, а також сукупність груп складає систему соціальних координат, що дозволяють визначити соціальний статус індивіда [3, с. 299]. Запропонований метод визначення геометричного положення об'єктів у геометричному просторі також може бути залучений до визначення соціального простору й складатись із трьох процедур: «1) вказати відношення людини до певної групи; 2) відношення цих груп одна до одної всередині популяції; 3) відношення певної популяції до інших популяцій, що складають людство» [3, с. 299]. Як категорія соціальної стратифікації, соціальний простір допомагає простежити специфіку різних типів стратифікації, які пропонує виділяти автор.

Серед соціально значущих професій П. Сорокін виділяє ті, що потребують високого рівня інтелекту, саме вони здійснюють функції організації й контролю в суспільстві. Професії журналіста, видавця та інші належать до п'ятої групи, найвища

– шоста – представлена видатними письменниками, талановитими інноваторами, загальнонаціональними офіційними особами та ін.. Отже, медіа виконує функцію соціального та морального організатора суспільства, і хоч у П. Сорокіна про це не говориться прямо, праця «Соціальна стратифікація і мобільність» була написана 1927 року, але в системі професійної стратифікації чітко вимальовується їх роль і місце із методологічною основою соціального простору.

Концепція соціального простору набуває подальшого розвитку у працях П. Бурдьє «Соціологія соціального простору», своє бачення розвитку медіа автор викладає в праці «Про телебачення і журналістику». Методологічно розробки П. Бурдьє пов'язані із французьким структуралізмом, що прагнув запропонувати стійкі моделі, котрі є основою соціальних і культурних явищ. Зокрема йдеться про структуралізм М. Фуко, котрий розглядає сучасну людину як простір біологічного тіла та історичний час культури. М. Фуко розглядає знання як однорідний простір слів і речей, співвідношення слів до слів, що здатні знаками викликати появу коментуючого мовлення [11, с. 76]. В своїй культурно-лінгвістичній концепції він оперує поняттям топологічного (образного) простору: «Слова мають своє місце не в часі, а в просторі, в якому вони можуть отримати вихідну позицію, переміщуватись, звертатись до себе і повільно розгортати криву свого руху» [11, с. 149]. Кожна мова маючи свою історію, особливості, завдяки універсальній природі людини, розгортається в певному просторі.

П. Бурдьє визначає співвідношення фізичного простору з соціальним, вказуючи на різницю параметрів: «Фізичний простір визначається взаємними зовнішніми сторонами частин, що його пов'язують, соціальний же простір – взаємовиключенням (різницею) позицій, що його утворюють, отже, як структура рядорозташованості соціальних позицій» [2, с. 49-50]. Науковець пропонує ряд методологічних категорій соціального простору як поділ його на поля, своєрідні підпростори, що також є категоріями сприйняття й оцінювання подібно до металевих структур. Автор вводить поняття символічної системи, що постає як «структуруюча» структура, і є засобом пізнання і комунікації. До них віднесено мистецтво, релігію, мову, а інструментами пізнання і конструювання постає міф, мова, мистецтво, наука.

В праці «Про телебачення і журналістику» П. Бурдьє відносить медіа до поля культурного виробництва, зараховуючи сюди журналістику, юриспруденцію, літературу, артистичну діяльність, газети. Як окрему категорію виділено субполе телебачення. Відзначається його соціальна інтенсивність у формуванні поля культурного виробництва та активного нав'язування власних вимог (що в певних умовах може бути позначено терміном символічного насилля).

Запропонована науковцем модель культурного простору визначає роль і місце медіа в сучасному світі і розвитку соціальної сфери суспільства.

Група російських вчених, досліджуючи функціональний простір Росії, визначає критерії розрізнення соціального простору за видами діяльності, що включені в систему планетарних суспільних відносин. Відповідно соціальний простір пропонується поділяти на два основні типи – природно-соціальний простір (географічний, функціональний, екологічний) та сформований соціальний простір (політичний, правовий, військовий, економічний, технологічний, етнічний, релігійний, інформаційний, культурний, освітній) [6]. Крім того, підхід до вивчення соціального простору передбачає визначення масштабу соціальних взаємовпливів. Йдеться про явище ноосфери та глобалізаційні процеси, що пов'язані зі зміною уявлень про просторово-часові основи існування Землі та біосфери, а, отже й перетворень в науковій картині світу. Тому автори пропонують ще один методологічний принцип соціального простору за масштабами охоплення соціальних явищ і процесів: простір планетарного (всесвітнього) характеру, транснаціональні, регіональні, національні і локальні простори.

Методологічні основи розбудови соціального запропоновано в розробках А. Соколова, що соціальний простір як рух смислів у соціальному просторі й часі, тому вивчати соціальну комунікацію означає вивчати «як знання, вміння, емоції, стимули доходять до реципієнтів і розуміються ними, а також як довго ці смисли зберігають свою цінність для суспільства» [8, с.12]. Соціальний простір постає як відчуття соціального руху, що залежить від інтенсивності соціальних змін, стає основою для вивчення масової комунікації, однією з актуальних проблем якої є вивчення впливу потоків інформації на реципієнта.

Висновок. Сьогодні науковий світ говорить про багатовимірність як фізичного (С. Гокінг), так і соціального просторів, тому основою розробок соціального простору стала побудова функціональних моделей соціального простору, котрі можуть бути залучені до вивчення масової комунікації.

Список літератури

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике / П. Бурдые. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.
2. Бурдые П. Социология социального пространства / П. Бурдые. – СПб.: Алетейя; М.: Ин-т эксперимент. социологии, 2005. – 288 с.
3. Демченко В. Новітні парадигми вивчення теорії масової комунікації в Україні (до проблеми концептуальної еволюції) / В. Демченко // Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С.25-30.
4. Квіт С. Масові комунікації / С. Квіт. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
5. Макеєв С. Масова комунікація / С.Макеєв // Соціологія: [навч. посіб. / за ред. Макеєва С.] – К.: Знання, КОО, 2005. – С.213-248.
6. Павлов Ю. та ін. Россия в освоении Функционального пространства [Электронный ресурс] / Ю.Павлов, М.Павлов, А.Смирнов // CREDO NEW. – 2004. - № 1. – Режим доступа: <http://credonew.ru/content/view/392/56/>.
7. Різун В. Теорія масової комунікації / В. Різун. К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
8. Соколов А. Общая теория социальной коммуникации: [учебное пособие] / А.Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. – 461 с.
9. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество / П.Сорокин. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.
10. Соціологія / За ред. В.Г. Гординенка. – К.: ВЦ «Академія», 2005. – 560 с.
11. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Пер. с фр. В.П. Визгина, Н.С. Автономовой; Вступ. Ст. Н.С. Автономовой. – СПб.: А-сэд, 1994. – 239 с.
12. Человек и общество: ноосферное развитие [монография / О. Анисимов, Г. Атаманчук, В. Батурич и др.; под ред. В. Василенко и др.]. Москва; Белгород: Белгор. обл. типогр., 2011. – 485 с.

Чернявская Л.В. Методология социального пространства массовой коммуникации // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации» Том 26 (65). № 3 – С.61-65
В статье анализируется эволюция исследований социального пространства. Определены основные научные наработки в философии, социологии. Рассмотрены основные методологические разработки категории социального пространства в исследованиях П. Сорокина и П. Бурдые. Сделан обзор работ современных украинских исследователей социального пространства. Особое внимание уделено разработкам

П. Бурдые, в которых впервые с позиций социального пространства и с использованием собственной методики анализа исследовал поле журналистики, в частности телевидения.

Ключевые слова: *социальное пространство, социальное поле, социальная стратификация, методология, медиа.*

Cherniavska L. The methodology of the social space of mass communication // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2013. – Vol. 26 (65). No 1 – P.61-65

In the article is analyzed the evolution of social space research. The basic scientific achievements defined in philosophy, sociology. The review of works of modern Ukrainian researchers of social space is done. An overview of the main methodological works about categories of social space is made in the studies P.Sorokina and P.Burdye. P.Sorokin determines the ratio of geometric and social spaces and points to the multidimensionality of social space. This aspect also draws attention P.Burde, first from the perspective of social space he using its own method of analysis and researched of journalism in particular television. Methodological development of P.Burdye associated with French structuralism, which sought to offer a steady model that is the foundation of social and cultural phenomena. A group of Russian scientists explore the functional space of Russia defines the criteria for differentiation of social space for activities that are included in the planetary system of social relations. The authors propose one more methodological principle of social space in scale of coverage of social phenomena and processes: the space planetary (universal) character; transnational, regional, national and local spaces. Parameters of social space may be involved in the analysis of mass communication.

Key words: *social space, social field, social stratification, methodology, media.*

Поступила до редакції 06.09. 2013 р.