

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2020: 48; 56–66 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2020.48.10545>

УДК 007:303.442.4](477)"20"

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПОНЯТЬ «МЕДІАЦІЯ» Й «МЕДІАТИЗАЦІЯ» В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

Мар'ян Житарюк

Львівський національний університет імені Івана Франка

вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна

e-mail: mgzhyt@i.ua

<https://orcid.org/0000-0002-5690-5701>

У статті професора М. Г. Житарюка йдеться про поняття «медіація» і «медіація» в контексті підміни цих термінів, різночитань, різнотлумачень, а також про те, чи доцільно й доречно розширювати межі звичного і основного значення «медіації», чи можна трактувати її як міждисциплінарне поняття, про подолання наслідків «медіація»¹ через «медіацію» тощо.

Ключові слова: мас-медіа, медіація, медіація, медіапростір України.

1. Постановка проблеми. Хоч поняття і явище *медіації* (посередництва з метою врегулювання суперечок і спорів) доволі нове для нашої країни, у світі воно вже оформлене в певну юридичну площину. Наприклад, ще 2 липня 2004 р. у Брюсселі ухвалено Європейський кодекс поведінки медіаторів (англ. *European Code of Conduct for Mediators*), який розробила група професійних медіаторів за підтримки Європейської комісії. Цей Кодекс встановлює низку принципів, якими будь-який медіатор свідомо і добровільно керується в повсякденній практиці. Кодекс призначений для застосування в усіх видах медіації у цивільних та комерційних справах. Прихильність до положень кодексу не повинна суперечити національному законодавству або правилам, що встановлені в деяких професіях.

2017 року в Одесі засновано Українську академію медіації (УАМ), (<http://mediation.ua/>)², яка пропонує не тільки визначення медіації, напрямки роботи тощо, а й спеціалізований базовий навчальний курс «Медіація», який, за словами його розробників – УАМ, Німецької спілки адвокатів в Україні (DAV-Ukraine), Mediator GmbH, Німецької адвокатської академії (DAA – Deutsche Anwalt Akademie), – дає унікальну можливість здобути на території України кваліфікацію медіатора за європейськими стандартами, а також отримати додаткову спеціалізацію до основної професії в галузі альтернативного вирішення конфліктів і/або спорів (<http://mediation.ua/post/event/1128>).

¹ Далі в тексті ці терміни подаємо без лапок.

² Не плутати аббревіатуру з Університетом Адама Міцкевича в Познані, Польща.

На цьому ж сайті зазначено, що з-поміж напрямів, за якими працює команда медіаторів, є: менеджмент конфлікту, консультування з питань трудового права, орієнтоване на консенсус, бізнес-медіація, організаційні процеси в юридичних компаніях та офісах, консультування ведення переговорів, супервізія, системний коучінг, медіаційне консультування, воркшопи з розвитку стратегій і команди, медіація на підприємстві і між підприємствами, ведення діалогу в громадській сфері.

Отож, **медіація** – це метод альтернативного до традиційного судочинства вирішення конфліктів (спорів) за допомогою нейтральної сторони – такого собі посередника (або медіатора), який практично забезпечує та супроводжує процес медіації, в т. ч. і за допомогою застосування певних технік ведення переговорів, з метою пошуку та ухвалення прийняттого для сторін самостійного рішення.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Цій темі вже був присвячений спеціальний випуск щорічного дайджеста електронного журналу «Медіакритика»³, зокрема, й наша розвідка «Медіація vs медіатизації та медіатизація vs медіації як проблема сучасного медіапростору України (підміна термінів, різночитання, різнотлумачення)»⁴, однак сьогодні окреслена проблема не менш актуальна, важлива і потребує додаткового обговорення не тільки у громадському й суспільному вимірах, а й повноцінного наукового диспуту в соціальних комунікаціях, правознавстві і міждисциплінарній сфері. Публікації Ганни Кохан («Чи потрібна медіація Україні?»)⁵, Вінфрі Шульца («Реконструкція медіатизації як аналітична концепція»)⁶, Руслана Дукіна («Медіатизація сучасного суспільства: вплив соціальних медіа»)⁷, Наталі Кірілової («Медіакультура: від модерну до постмодерну»)⁸, Вікторії Анохіної («Медіатизація як фактор трансформації соціальних просторів і метаморфози культурних традицій»)⁹, Лідії Землянової («Медіатизація культури і компаративізм в сучасній комунікативістиці»)¹⁰; Комунікативістика і засоби інформації. Англо-російський тлумачний словник концепцій і термінів»¹¹; «Журналістика та комунікативістика. Концептуалізація медійних

³ Житарюк, Мар'ян (2017), «Медіація vs медіатизації та медіатизація vs медіації як проблема сучасного медіапростору України (підміна термінів, різночитання, різнотлумачення)», *Медіакритика*, Львів, вип. 24, с. 7-12. URL: http://www.mediakrytyka.info/wp-content/uploads/mediakrytyka.info/2018/01/Media_Krytyka_24_2017.pdf

⁴ Там само. С. 7-12.

⁵ Кохан, Ганна (2014), «Чи потрібна медіація Україні?», *Юридичний радник*, №2 (74), Квіт. URL: <https://qrgo.page.link/xYPNz> (дата перегляду 20 жовтня 2019 р.).

⁶ Schulz, Winfried (2004), «Reconstructing mediatization as an analytical concept», *European Journal of Communication*, Vol. 19 (1), p. 87–101. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323104040696>

⁷ Дукин, Руслан (2016), «Медіатизація сучасного суспільства: вплив соціальних медіа», *Теорія і практика соціального розвитку: Міжнародний науковий журнал*, Краснодар, Вип. 2. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2016/2/sociology/dukin.pdf

⁸ Кириллова, Н. Б. (2006), *Медіакультура: від модерну до постмодерну*, Москва, 448 с. URL: https://www.mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_36ed771c85fce6799800140332e00866

⁹ Анохіна, В. В. (2015), «Медіатизація як фактор трансформації соціальних просторів і метаморфози культурних традицій», *Філософія і соціальні науки*, Минск, БГУ, № 3, с. 13-18.

¹⁰ Землянова, Л. М. (2002), «Медіатизація культури і компаративізм в сучасній комунікативістиці», *Вісник Московського університету. Сер. 10, Журналістика*, № 5, с. 84.

¹¹ Землянова, Л. М. (2004), *Комунікативістика і засоби інформації. Англо-російський тлумачний словник концепцій і термінів*, Москва, Изд-во Моск. ун-та, 416 с.

процесів в сучасній зарубіжній науці»¹²) та інші становлять певну базу і формують орієнтири, але не ставлять крапку і не вичерпують проблему у вимірі соціальних комунікацій та інформації. На жаль, станом на сьогодні більшість робіт виконано не в Україні, а у країні-агресорі, тому нам потрібно якнайшвидше виправляти ситуацію.

3. Методологічна основа дослідження. У статті взято за основу методи наукового аналізу й синтезу (вивчення визначень, явищ медіації та медіатизації як різних понять), а також історичних аналогій та узагальнень (зокрема, на основі опрацювання відповідної літератури, зроблено припущення про циклічність комунікацій та висновки про конвергентність мас-медіа)¹³.

4. Виклад основного матеріалу дослідження.

Фахівці УАМ акцентують на тому, що *медіація* спрямована на те, щоб конфіденційно й за межами судової зали, на основі порозуміння, допомогти сторонам конфлікту знайти таке рішення, яке відповідатиме їхнім інтересам. Водночас сторони під керівництвом медіатора є активними учасниками процесу медіації та сумлінно працюють над розв'язанням конфлікту і переходом до порозуміння. Базуючись на принципах добровільності, конфіденційності, нейтральності, відповідальності, взаємоповаги й рівноправності сторін, відкритості у процесі досягнення результату, медіатор, на відміну від адвоката або психолога чи консультанта, не може бути заангажований кимось із учасників процесу, він мусить бути нейтральним, і, навіть володіючи таємною чи конфіденційною інформацією, не має права свідчити у суді на користь однієї із сторін. Медіатор прагне досягнути чіткої (-ких) угод (-и) між учасниками конфлікту. Водночас, намагаючись забезпечити чітку структуру процесу медіації, контролюючи її, медіатор безпосередньо не впливає на результат медіації.

У статті «Чи потрібна медіація в Україні?»¹⁴ кандидат юридичних наук, доцент кафедри цивільно-правових дисциплін юридичного факультету Дніпропетровського гуманітарного університету, приватний нотаріус Ганна Кохан, вважає, що *медіація* – як «...вміння домовлятися стає прерогативою не тільки дипломатів й політиків, а й юристів, бізнесменів та майже всіх соціальних верств населення. Нехай кожен для себе особисто відповідь на запитання: «Чи є важливим вміння домовлятися?», «Чи краще поганий мир, аніж добра війна?», «Які переваги у тому, що конфлікт можна вирішити мирним шляхом?» Саме для розв'язання подібних питань й існує медіація, причому на будь-якому рівні конфлікту, на будь-якій його стадії. Якщо поступово рухатись у бік можливості вирішити справу з результатом, вигідним для обох сторін, — чи не є це саме такий спосіб, який потрібно повсюдно впровадити в наше українське суспільство?» Звісно, ці думки важливі й цікаві, загалом правильні, але не у всьому. Скажімо, теза про поганий мир як альтернативу війні, адже поганий мир зазвичай є підґрунтям для початку справжньої війни (взяти б останні відомі факти в контексті «Російська Федерація – Грузія», «РФ – Україна»

¹² Землянова, Л. М. (2012), *Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке*, Москва, МедиаМир, 187 с.

¹³ Житарюк, М. Г. (2008), *Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монограф.* Львів, Простір-М, 416 с. URL: http://tmk-ti-udp.uia.ua/ld/0/30_monograf_a5_cd.pdf

¹⁴ Кохан, Ганна (2014), «Чи потрібна медіація Україні?», *Юридичний радник*, №2 (74), Квіт.

тощо), політика умиротворення додає агресорові нових сил, нахабства і зухвальства (Гітлер, Сталін, Путін).

Сьогодні немає дефіциту визначень і *медіатизації*, до осмислення якої так чи інакше долучилися М. Маклюен, Е. Тофлер, Г. Інніс, Дж. Фіске, Генрі Дженкінс, Д. Мак-Квейл, Нейл Постман, Л. Землянова, М. де Флер і багато інших вчених у різних країнах. У цілому можна погодитися і з «Вікіпедією», зокрема в тому, що *медіатизацію* (англ. *Mediatization*) треба розуміти як інтенсифіковане поширення й отримання опосередкованої інформації¹⁵, що, за своїми обсягами, роллю і процесуальними способами, призводить іноді до непрогнозованих, іноді й некерованих трансформацій людського досвіду, насамперед молодого покоління, через схильність до медійної і технологічної залежності. Технократи трактують *медіатизацію* як підпроцес інформатизації, який відповідає за створення й розповсюдження «новітніх систем колективного й особистого зв'язку, що забезпечує доступ будь-якого індивіда до всіх джерел інформації, до всіх рівнів особового, міжособового і групового спілкування»¹⁶.

Ще в 70-ті роки ХХ ст. американські соціологи Д. Елтгейд та Р. Снов запропонували проаналізувати соціальні інститути, видозмінені за допомогою медіа¹⁷. У процесі обґрунтування ці вчені запроваджують новий термін – «медіалогіка», за допомогою якої з'являється певний канал сприйняття, що допомагав інтерпретувати різноманітні соціальні процеси. Звісно, що це розуміння стало одним із ключових в теорії медіатизації в період її зародження. Однак у подальшому переважив інший погляд, який базувався на виявленні й осмисленні значення та важливості медіа в суспільних відносинах. Чи не найліпше його сформулював німецький соціолог і дослідник комунікації В. Шульц¹⁸. Чотири процеси трансформації соціальної комунікації, які він визначив, доволі точно «працюють» досі. Це, по-перше, розширення, по-друге, заміщення, по-третє, об'єднання, по-четверте, пристосування. Кожен із цих етапів-процесів комунікації відповідає за певні дії, наділений низкою характеристик, параметрів і функцій. Сьогодні, наприклад, з допомогою цифрових технологій, соціальних мереж тощо можна *налагодити і підтримати* контакт з потрібною людиною, незалежно від місць перебування адресанта і адресата (має місце вихід за межі часово-просторових меж комунікації). А як назвати інтернет-банкінг? Хіба тут не має місце *заміщення* офлайн онлайн? А інтеграція медіа за допомогою різних видів діяльності, скажімо, за допомогою соціальних медіа, коли людина здатна практично водночас спілкуватися в соціальних мережах та одержувати рекламні, розважальні й інформаційні повідомлення, – це процес *об'єднання*. Дотримання певних правил і норм, цінностей та форм, ухвалення у зв'язку з цим різноманітних кодексів тощо – реалізація процесу *пристосування*. Важливо зауважити, що В. Шульц описував власні принципи, виходячи з аналізу соціальної комунікації на прикладі

¹⁵ Вікіпедія (2019), «Медіатизація медійна», доступно за адресою: <https://qrqo.page.link/mbG47> (дата перегляду 20 жовтня 2019 р.).

¹⁶ Кимстач, В. Н. (2008), «Концепция информационного общества: Культурологический аспект», *Наука и образование: VII Междунар. науч. конф.* Белово, с. 386-390.

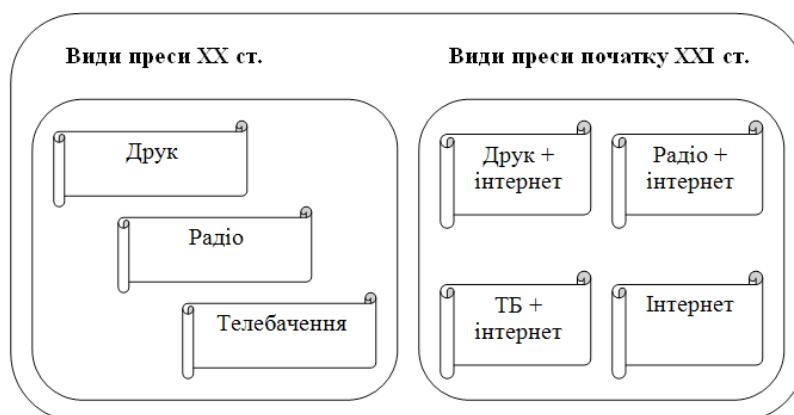
¹⁷ Altheide, D. L., Snow, R. P. (1979), *Media logic*. Beverly Hills, Sage, 256 pp.

¹⁸ Schulz, Winfried (2004), «Reconstructing mediatization as an analytical concept», *European Journal of Communication*, Vol. 19 (1), p. 87–101.

комп'ютерних технологій і мереж. Життя суттєво розширило межі соціокомунікування, надало йому рис глобального і масового комунікатора.

Молодий і перспективний дослідник медіатизації Руслан Дукін з Мордовії, який у травні 2017 р. захистив кандидатську дисертацію «Інститут соціальних медіа в регіональному просторі комунікативних практик»¹⁹, ще як аспірант намагався систематизувати головні теоретичні підходи у вивченні медіатизації, довести вплив соціальних медіа на суспільні процеси: «...кожен новий етап розвитку медіа серйозно видозмінив суспільство, трансформуючи різноманітні соціальні інститути й утверджуючи соціальні тренди»²⁰; «Останній етап розвитку медіа, пов'язаний з цифровими технологіями, взагалі сформував суспільство нового типу – т. зв. медіатизоване суспільство»²¹, в якому, на думку професора В. П. Коломійця, має місце нав'язування «медійної логіки»²².

Різнорманітні блоги, мікроблоги, сайти, форуми, соціальні мережі, ігри та численні інтернет-ресурси – це неповний перелік соціальних медіа. Свого часу у своїй докторській монографії²³ я описував циклічність руху комунікацій у вигляді порівняльних характеристик видів ЗМК учора і сьогодні (с. 57²⁴, рис. 2.3.4),



¹⁹ Дукин, Р. А. (2017), *Институт социальных медиа в региональном пространстве коммуникационных практик*, Автореф. диссертация ... кандидата Социологических наук: 22.00.04: ФГБОУ ВО Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 193 с.

²⁰ Дукин, Руслан (2016), «Медіатизація сучасного суспільства: вплив соціальних медіа», *Теорія і практика громадського розвитку: Міжнародний научний журнал*, Краснодар, Вып. 2.

²¹ Там само.

²² Коломиец, В. П. (2014), *Медиа социология: теория и практика*, Москва, 328 с.

²³ Житарюк, М. Г. (2008), *Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монограф.* Львів, Простір-М, 416 с.

²⁴ У форматі PDF зміщення на одну сторінку: http://tmk-ti-vdpu.at.ua/_ld/0/30_monograf_a5_cd.pdf

та генези видів комунікації (с. 59²⁵, рис. 2.3.5).



Сьогодні ці процеси – злиття різних видів ЗМІ – прийнято називати конвергенцією видів мас-медіа, а журналістів, які в таких ЗМІ працюють, – універсальними журналістами. Як би ці явища не трактувати, суть полягає в тому, що індивідуальне, на рівні первинної усної комунікації, завдяки соціальним медіа, революції медіа-технологій, може стати глобальним... Згадаймо, криваві події побиття студентів на Майдані Незалежності в ніч на 1 грудня 2013 р., зняті на мобільні телефони, планшети, непрофесійні камери, викладені в соціальні мережі, поширені через офіційні ЗМІ, підняли на ноги пів Києва і пів України, викликали резонанс у цілому світі. Цей приклад, як і інші сторінки Революції Гідності (масакра під Кабінетом Міністрів на вулиці Грушевського, штурм і знищення вогнем Будинку профспілок, розстріл Героїв на Інститутській), очевидно, одна з найяскравіших ілюстрацій «медіатизації». Однак є й інші – у вигляді ток-шоу, політичних програм за участі т. зв. експертів, ролі яких незмінно, з дня у день, з року в рік, то на одному телерадіомайданчику, то на іншому, виконують ті самі особи-депутати або їхні радники-політтехнологи.

Нескінченні розмови на медіа-майданчиках упродовж років і десятиліть виключно у форматі політичного дискурсу, що, нагадаю, передбачає лише майбутній контекст, який обіцяє щось добре, те, що сучасники не мають сенсу і логічних підстав чи аргументів заперечувати, нав'язували і продовжують нав'язувати українському суспільству політичний психоз, політичні невралгії, політичний параноїдальний

²⁵ Житарюк, М. Г. (2008), *Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монограф.*, Львів, Простір-М, 416 с.

синдром і політичну шизофренію. Це – зворотний бік медіатизації суспільства, а фактично – реалізація політизації медіа з найгіршими наслідками, коли в напівголодних і незабезпечених сім'ях, між сусідами чи колегами на роботі розмови відбувалися не про пошук роботи, поліпшення доброти, відпочинок, мистецтво, спорт, а домінували політичні дискусії про те, хто ліпший: «помаранчеві» чи «біло-голубі», «западенці» чи «східняки», «Юля» чи «Віктор», «Віктор чи Вітя», ЄС чи СНД та ін. Тотальне нав'язування аудиторії з боку політиків і політиканів своїх проблем і поглядів призвело до того, що велика частина респондентів прийняла чужі проблеми як свої і продовжує існувати під впливом масового політико-медійного психозу.

5. Результати і перспективи подальших досліджень.

Як можна цьому протистояти, як можна оздоровити ситуацію? Що можуть і що повинні зробити журналісти, ведучі, представники цілого медіа-цеху?

Радикальними діями, такою собі медіатизацією навпаки, у вигляді «холодного душу» для представників влади, політиків та політиканів, мас-медіа все ще здатні не тільки поліпшити, а й виправити ситуацію. Як? Скажімо, оголосити якийсь конкретний день, наприклад, п'ятницю, коли в ефірі демонструють найбільшу кількість телешоу й політичних програм, днем без політики в мас-медіа. Нехай би це була компенсація за надмір політичних текстів і контекстів! І так повторювати щотижня, декілька місяців поспіль, півроку. Це стимулювало б політиків змінюватися. Не допомагає? Оголосити тижневик без політики. Я розумію, що такі поради, можливо, не найкраще рішення, але сидіти склавши руки далі теж не можна!

Інший шлях – подолання наслідків медіатизації через медіацію. Колишня одеситка, нині білоруський філософ, доцент кафедри філософії та методології науки Білоруського державного університету Вікторія Анохіна намагається досягнути медіацію у глобальному контексті, так би мовити піти від конкретного до загального. У своїй статті «Медіатизація як фактор трансформації соціальних просторів і метаморфози культурних традицій», опираючись на праці відомої дослідниці теорії комунікацій Наталі Кірілової («Медіа – це не просто засіб передачі інформації, це ціле середовище, в якому відбувається виготовлення, естетизація і трансляція культурних кодів»²⁶), учена робить припущення, що в сучасному суспільстві медіа можна трактувати як будь-які організації, що створюють продукцію масового споживання, значимість якої визначають не споживчою, а символічною цінністю²⁷. Тому, на думку В. Анохіної, сьогодні медіа вже не стільки є засобами інформування населення, скільки потужною зброєю ціннісно-символічного впливу на масову свідомість, що здатна долати семіотичний простір культури. В. Анохіна акцентує й на ролі медіа у формуванні і трансформації масової свідомості, на генезі цього явища в контексті міждисциплінарності – від першої половини ХХ ст. і досі – та тематичності викликів та проблем. Наприклад:

- вплив нових комунікаційних технологій на процес формування світосприйняття суб'єктів культури, що призвело до зміни світосприйняття і людської поведінки (Г. Мак-Люен);

²⁶ Кириллова, Н. Б. (2006), *Медиакультура: от модерна к постмодерну*, Москва, 448 с.

²⁷ Анохина, В. В. (2015), «Медиагизация как фактор трансформации социальных пространств и метаморфозы культурных традиций», *Философия и социальные науки*, Минск, БГУ, № 3, с. 13-18.

- значення пропаганди, з одного боку, як освітньо-ціннісної категорії, а з іншого, – як інструмента формування політичної лояльності населення (Е. Бернейс);
- трансформація інформації в сучасній культурі та зміна структури індивідуальної і колективної свідомості через вплив різноманітних каналів масової комунікації (А. Моль);
- формування громадської думки та створення стійких стереотипів у сприйнятті дійсності (В. Ліпман);
- вплив ЗМІ на соціальну поведінку і соціалізацію індивідів, роль «лідерів громадської думки» у поширенні та інтерпретуванні повідомлень (П. Лазарсфельд);
- функції мас-медіа в сучасному суспільстві та соціальні й політичні ефекти масової комунікації (Дж. Клеппер, Г. Лассвел);
- маніпулювання масовою свідомістю, інформаційний імперіалізм (Т. Рошак, Г. Шіллер)...

6. Висновок.

Чи не найвпливовішою у конструюванні досліджень з вивчення медійних практик, проблем та їхніх наслідків вважають тезу Ю. Габермаса про т. зв. «колонізацію життєвого простору». Унаслідок цього з'являються нові дослідження медіа – і як специфічного механізму трансформації соціокультурної дійсності (про це йшлося, зокрема, у монографії «Соціокультурна модель журналістики...»), і як гібридності традиційних медіа. Тут поняття медіації можна тлумачити і як «вияв трансформаційної функції ЗМІ, які під час збирання, оброблення («фільтрування») й передачі інформаційних даних про факти реальності здатні їх змінювати (або спотворювати), надаючи їм медіаційні значення (*mediated meanings*), що з'являються в умовах фабрикування уявних (вигаданих) образів (подій). Дослідники, які критикують такі процеси, з метою підкреслення значущості їхнього впливу на суспільну свідомість та буття, на долі культури, вдаються до терміну... «медіатизація»²⁸.

Конвергентність медіа впливає і на конвергенцію символів, знаків, культурних кодів у сприйнятті і трактуванні дійсності. Логічно, що миттєвість обміну інформації (мережеві комп'ютерні мультимедіа, що реалізуються на основі конвергенції цифрового телебачення, інтернету та інших новітніх технологій) дала підстави стверджувати, що сучасні комунікаційні технології призводять до анігіляції (руйнування) простору (З. Бауман, А. Турен, М. Фрідман та ін.), породжуючи феномен «кінця географії» (Річард О'Браєн, 1992)²⁹.

У подальшому можна буде підтвердити або спростувати окреслені маркери, але сьогодні треба сказати: *медіація* і *медіатизація* – поняття не тотожні, адже *перше* підкреслює посередницьку роль медіатора з метою примирення, а *інше* – нав'язує волю медіатора широкій аудиторії, незважаючи на засоби. Водночас, за певних обставин, медіацію можна використовувати як інструмент медіатизації. Але для цього треба підвищувати культуру масової комунікації загалом.

²⁸ Землянова, Л. М. (2002), «Медіатизація культури и компаративизм в современной коммуникативистике», *Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика*, № 5, с. 83-97.

²⁹ O'Brien, Richard (1992), *Global Financial Integration: The End of Geography*. London, Council on Foreign Relations Press (for the Royal Institute of International), 120 pp.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Altheide, D. L., Snow, R. P. (1979), *Media logic*. Beverly Hills, Sage, 256 pp.
2. O'Brien, Richard (1992), *Global Financial Integration: The End of Geography*. London, Council on Foreign Relations Press (for the Royal Institute of International), 120 pp.
3. Schulz, Winfried (2004), «Reconstructing mediatization as an analytical concept», *European Journal of Communication*, Vol. 19 (1), p. 87–101. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323104040696>
4. Анохина, В. В. (2015), «Медіатизація як фактор трансформації соціальних просторів і метаморфози культурних традицій», *Філософія і соціальні науки*, Минск, БГУ, № 3, с. 13-18. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/123885/1/13-18.pdf>
5. Вікіпедія (2019), «Медіатизація медіа», доступно за адресою: <https://qrqo.page.link/mbG47> (дата перегляду 20 жовтня 2019 р.).
6. Дукин, Р. А. (2017), *Институт социальных медиа в региональном пространстве коммуникационных практик*, Автореф. диссертация ... кандидата Социологических наук: 22.00.04: ФГБОУ ВО Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 193 с. URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01006654616#?page=1>
7. Дукин, Руслан (2016), «Медіатизація сучасного суспільства: вплив соціальних медіа», *Теорія і практика суспільного розвитку: Міжнародний науковий журнал*, Краснодар, Вип. 2. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2016/2/sociology/dukin.pdf
8. Житарюк, М. Г. (2008), *Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство: монограф.*, Львів, Простір-М, 416 с. URL: http://tmk-ti-vdpu.at.ua/id/0/30_monograf_a5_cd.pdf
9. Житарюк, Мар'ян (2017), «Медіація vs медіатизація та медіатизація vs медіація як проблема сучасного медіапростору України (підміна термінів, різночитання, різнотлумачення)», *Медіакритика*, Львів, вип. 24, С. 7-12. URL: http://www.mediakrytyka.info/wp-content/uploads/mediakrytyka.info/2018/01/Media_Krytyka_24_2017.pdf
10. Землянова, Л. М. (2002), «Медіатизація культури і компаративізм в сучасній комунікативістическій», *Вісник Московського університету. Сер. 10, Журналістика*, № 5, с. 83-97.
11. Землянова, Л. М. (2004), *Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов*, Москва, Изд-во Моск. унта, 416 с.
12. Землянова, Л. М. (2012), *Журналистика и коммуникативистика. Концептуализация медийных процессов в современной зарубежной науке*, Москва, МедиаМир, 187 с.
13. Кимстач, В. Н. (2008), «Концепция информационного общества: Культурологический аспект», *Наука и образование: VII Междунар. науч. конф.* Белово, с. 386-390.
14. Кириллова, Н. Б. (2006), *Медиакультура: от модерна к постмодерну*, Москва, 448 с. URL: https://www.mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_36ed771c85fce6799800140332e00866

15. Коломиец, В. П. (2014), *Медиасоциология: теория и практика: научная монография*, Аналитический центр Vi, Москва, ООО «НИПКЦ Восход-А», Москва, 328 с. URL: <http://www.os.x-pdf.ru/20sotsiologiya/299646-1-mediasociologiya-teoriya-praktika-moskva-2014-udk-316-bbk-6056.php>
16. Кохан, Ганна (2014), «Чи потрібна медіація Україні?», *Юридичний радник*, №2 (74), Квіт. URL: <https://qrqo.page.link/xYPNz> (дата перегляду 20 жовтня 2019 р.).

REFERENCES

1. Altheide, D. L., Snow, R. P. (1979), *Media logic*. Beverly Hills, Sage, 256 pp.
2. O'Brien, Richard (1992), *Global Financial Integration: The End of Geography*. London, Council on Foreign Relations Press (for the Royal Institute of International), 120 pp.
3. Schulz, Winfried (2004), «Reconstructing mediatization as an analytical concept», *European Journal of Communication*, Vol. 19 (1), p. 87–101. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323104040696>
4. Anohina, V. V. (2015), “Mediatization as a Factor of Social Sphere Transformation and Metamorphosis of Cultural Traditions”, *The Journal of Philosophy and Social Sciences*, Minsk, BGU, №3, p. 13-18. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/123885/1/13-18.pdf>
5. Wikipedia (2019), «Mediation is media», available at: URL: <https://qrqo.page.link/mbG47> (accessed date 20.10.2019).
6. Dukin, R. A. (2017), *Institut sotsialnykh media v regionalnom prostranstve kommunikatsionnykh praktik*. Avtoref. dissertatsii ... kandidata Sotsiologicheskikh nauk: 22.00.04: FGBOU VO Natsionalnyy issledovatel'skiy Mordovskiy gosudarstvennyy Universitet im. N. P. Ogareva, 193 p. URL: <https://dlib.rsl.ru/viewer/01006654616#?page=1>
7. Dukin, Ruslan (2016), “Mediatization of the modern society: impact of social media”, *Trilogy of scientific journals: Society: sociology, psychology, pedagogics*, Krasnodar. #. 2. URL: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2016/2/sociology/dukin.pdf
8. Zhytaryuk, M.G. (2008). *Social and Cultural Model of Journalism: traditions and innovations: Monograph*, Prostir-M, Lviv, 416 p. URL: http://tmk-ti-vdpu.at.ua/_ld/0/30_monograf_a5_cd.pdf
9. Zhytaruk, Marian (2017), “Mediation vs Mediatisation and Mediatisation vs Mediation as a Problem of Modern Media Space of Ukraine (Substitution of terms, Discrepancies, Misunderstandings)”, *Mediakrytyka*, Lviv, #24, p. 7-12. URL: http://www.mediakrytyka.info/wp-content/uploads/mediakrytyka.info/2018/01/Media_Krytyka_24_2017.pdf
10. Zemlyanova, L. M. (2002), «Mediatizatsiya kultury i komparativizm v sovremennoy kommunikativistike», *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10. Zhurnalistika*, № 5, p. 83-97.
11. Zemlyanova, L. M. (2004), *Kommunikativistika i sredstva informatsii. Anglo-russkiy tolkovyy slovar kontseptsiy i terminov*, Moskva. Izd-vo Mosk. un-ta, 416 p.
12. Zemlyanova, L. M. (2012), *Zhurnalistika i kommunikativistika. Kontseptualizatsiya mediynykh protsessov v sovremennoy zarubezhnoy nauke*, Moskva, MediaMir, 187 p.
13. Kimstach, V. N. (2008), «Kontseptsiya informatsionnogo obshchestva: Kulturologicheskiy aspekt», *Nauka i obrazovaniye: VII Mezhdunar. nauch. konf.*, Belovo, p. 386-390.

14. Kirillova, N. B. (2006), *Mediakultura: ot moderna k postmodernu*, Moskva, 448 p. URL: https://www.mediagram.ru/netcat_files/108/110/h_36ed771c85f-ce6799800140332e00866
15. Kolomiyets, V. P. (2014), *Mediasotsiologiya: teoriya i praktika: nauchnaya monografiya*. Analiticheskiy tsentr Vi, Moskva, ООО «NIPKTs Voskhod-A», Moskva, 328 p. URL: <http://www.os.x-pdf.ru/20sotsiologiya/299646-1-mediasociologiya-teoriya-praktika-moskva-2014-udk-316-bbk-6056.php>
16. Kokhan, Hanna (2014), «Chy potribna mediatsiia Ukraini?», *Yurydychnyi radnyk*, №2 (74), Apr. URL: <https://qrqo.page.link/xYPNz> (accessed 20.10.2019).

PECULIARITY OF APPLICATION OF THE TERMS “MEDIATION” AND “MEDIATIZATION” IN THE MODERN MEDIA SPACE

Marian Zhytaryuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine*

e-mail: mgzhyt@i.ua

<https://orcid.org/0000-0002-5690-5701>

In his article professor M. Zhytaryuk deals with notions of “mediation” and “mediatization” in the context of these terms substitution, differences, interpretations, as well as whether is it reasonable and to the point to extend the bounds of the usual and fundamental meaning of “mediation”, whether is it possible to interpret it as an interdisciplinary concept and about overcoming the effects of “mediatization” through “mediation”, etc.

Bearing in mind that it is considered to be perhaps the most influential in the construction of the media practices study and problems researches and their implications the Y. Habermas’s thesis about the so-called “colonization of the living space”. Which stimulated new media studies – both about as a specific mechanism of transformation of social and cultural reality (it was discussed in particular in the monograph “Social and cultural model of journalism...”), and as a hybridity of traditional media. It can be further to confirm or to refute described markers (regarding to mediation as a “manifestation of the transformation function of the media”, (L. Zemlyanova), annihilation (destruction) of space (Z. Bauman, A. Turen, M. Friedman, etc.), and the raising of the “end of geography” phenomenon (P O’Brien).

Thus, mediation and mediatization are not identical concepts, however the former emphasizes the intermediary role of the mediator for the purpose of reconciliation, and the latter implies the mediator’s will to a wide audience, regardless of the means. At the same time, in some circumstances, mediation can be used as a mediatization tool. But to do this, it is necessary to improve a culture of mass communication in general.

Key words: mass media, mediation, mediatization, media space of Ukraine.