

УДК 070.1:316.7 (477)

## ЗАКОРДОННІ ДОСЛІДЖЕННЯ З МЕДІАЕКОЛОГІЇ

**Борис Потятиник**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна, e-mail: [boryslav@yahoo.com](mailto:boryslav@yahoo.com)*

Запропоновано огляд міжнародного журналу з медіа екології Explorations in Media Ecology («Дослідження з медіа-екології»).

**Ключові слова:** медіаекологія, медіатехнологія, епоха Гутенберга, соціальні медіа, демократизація.

Минуло 10 років з того часу, як авторів цих рядків запропонували увійти на громадських засадах у редколегію новоствореного, базованого у США, міжнародного журналу Explorations in Media Ecology («Дослідження з медіа-екології»). Мабуть, варто детальніше ознайомити українського читача з цим науковим напрямом, зробивши короткий огляд свіжого числа (Explorations in Media Ecology (EME), Journal of the Media Ecology Association. First published in 2002. 4 issues per volume. Current Issue: Volume 11 / Issue 2).

Колеги зауважать, що журнал за минулий рік не виглядає надто свіжим. Можливо, причина такої неквапності — ретельний добір матеріалів, включно з анонімними рецензіями і дбайливе редагування Пола Гросвілера (Paul Grosswiler, University of Maine).

В анотації до журналу зазначено, що ЕМЕ вивчає стосунки поміж медіями, технологією, комунікацією, свідомістю і культурою. Сфера зацікавлень журналу, як і медіа-екології в цілому — інтер- та мультидисциплінарна. Медіа-екологія робить наголос на гуманістичному підході до розуміння медій, комунікації і технології з особливим акцентом на тому, як винаходи та інновації формують наше життя. Теоретичним підґрунтям такого підходу є уявлення про визначальну роль медій, символів і технологій у людській діяльності. Це — свого роду невидиме доквілля, яке має значний вплив на те, як ми думаємо, відчуваємо, діємо і організовуємо колективне життя.

Згадане число журналу містить усього лише п'ять статей. Зосередимося на трьох, з нашого погляду, найцікавіших. А далі обмежимося коротким описом.

### ДО І ПІСЛЯ ГАЛАКТИКИ ГУТЕНБЕРГА

Випуск відкривається статтею Томаса Петіта «Виносячи Гутенбергову епоху за дужки» (Thomas Pettitt, Bracketing the Gutenberg Parenthesis) [1].

Концепція Гутенбергової «виноска» є актуальною тези про те, що технологічні новації нині наближають кінець епохи друкованого слова і реставрують важливі риси попередньої епохи усного мовлення. Parenthesis можна перекласти як «виняток», «виноска», щось, уміщене в дужках. З цього погляду, епоха Гутенберга — період масового поширення друку — була порівняно нетривалим відхиленням, чимось винятковим на фоні довгої історії людської комунікації.

Уперше поняття Gutenberg Parenthesis запровадив до наукового обігу в 90-их рр. професор Університету Південної Данії Ларс Соєрберг (Lars Ole Sauerberg). Назагал, йдеться про метафору, яка допомагає донести ідею, що якийсь тренд був перерваний у своєму розвитку і після того, що відбулося «в дужках», відновлює свій рух.

Що таке 500 років на фоні десятиків, а то й сотень тисяч років людської комунікації?

Проте саме в ці століття — з 1456 р., коли перша друкована біблія вийшла з під друкарського преса Йогана Гутенберга — мали надзвичайний вплив на людську цивілізацію і культуру, передусім Західну. Маршал Маклюган пов'язує з цією комунікаційною новацією прискорення розвитку науки в Західній Європі та згодом у Північній Америці. Адже, на думку медіаекологів, вже сама фонетична абетка є тріумфом аналітичних підходів. Це було пов'язано з поділом єдиного слова на окремі фонемні, класифікацією звуків та присвоєння кожному звуку окремої літери. Такий раціональний, аналітичний тренд згодом стає панівним на Заході, охоплюючи та пронизуючи всі сфери життя.

У цьому ж напрямі працюють інші характеристики друкованих текстів. Томас Петіт пише про «закритість» і «самодостатність» друкованих творів, про їх надзвичайну здатність зосереджувати увагу читача. До того ж, друкований твір має чіткі фізичні та психологічні межі, які дозволяють чітко застосовувати авторське право.

На противагу цим особливостям, для сучасного мережевого дискурсу властиві розмитість межі між автором і реципієнтом, надзвичайна активність читачів, які схильні самі перетворюватися на авторів, реміксинг різноманітних цитат і запозичень, постійне відволікання уваги від того, що було головним в авторському задумі. Та й самий текст зазнає низки оновлень, часто нестабільний і мінливий. У цьому сенсі сучасний інтернет-дискурс спонукає нас провести паралелі з культурою усного слова, яка панувала в догутенбергову епоху.

Отже, постгутенбергівські комунікаційні технології, на думку Т. Петіта, призводять до реставрації тих особливостей комунікації, які були властиві догутенбергівській епосі. Заданий автор вживає поняття «топосу реставрації». Свої описи цього топосу раніше представили такі відомі вчені як Маршал Маклюган (Marshall McLuhan, *The Gutenberg galaxy*, 1962), Уолтер Онг (*Orality and Literacy*, 1982) та Джон Фолі (John Miles Foley, *Oral Tradition and the Internet*, 2012). Попри деякі відмінності, усі згадані версії поділяють базове міркування, що актуальні на той час медіа-революції (у шістдесяті, вісімдесяті роки минулого століття і власне у наш час) сприяли відновленню чи повторенню на новому витку спіралі тих особливостей, які були властиві попереднім комунікаційним етапам.

Так звана усна традиція є комбінацією властивостей людської пам'яті та виконання чи представлення певного матеріалу (performance).

Винесення в дужки епохи друку наштовхує на думку про те, що подібно можна винести в дужки епоху письма, яке, на думку Онга, є найбільш важливим з-поміж усіх технологічних винаходів людини (Ong, Walter J. *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. 1982, London: Methuen).

Саме Онг звертає особливу увагу на комунікаційну революцію середини ХХ ст., коли домінуючими медіями стають радіо і телебачення, приносячи з собою «вторинну усну культуру» (*secondary orality*). Маршал Маклюган говорить у зв'язку з цією революцією про суттєвий зсув у балансі відчуттів: від сприйняття друкованого слова до слова, мовленого в ефірі. А також, пов'язаний з цією переменою, зсув у свідомості: від зосередженого, глибокого аналітизму, що його стимулюють друковані тексти, до поверхової калейдоскопічності і фрагментарності, які асоціюються з телебаченням і радіо.

Джон Фолі (John Foley) провів цю лінію ще далі — до сучасних інтернет-технологій, довівши, що в них знову ж таки переважає ця сама *secondary orality* [2].

Разом з тим варто враховувати, що будь-які комунікаційні технології, як стверджують цитовані в статті Міхаель Брістоль та Атур Маротті (Michael Bristol, Arthur Marotti), стають впливовими лише тоді, коли досягають певного критичного рівня поширення, цебто проникають в різні сфери життя. Автор статті наводить приклади з життя Англії близько 1600 р., коли невеликі популярні книжечки (*chapbooks*) і політичні памфлети стають частиною щоденного побуту чи розваг.

Таким чином, Томас Петіт вибудовує просту схему розвитку людської комунікації від первісної усної культури, через «галактику Гутенберга», до вторинної усної культури:

### **Primary Orality → Gutenberg Galaxy → Secondary Orality**

Найстаріший і найновіший медіуми, за всіх відмінностей, у чомусь таки збігаються.

Врешті, подана схема — доволі умовна. Адже до епохи Гутенберга були інші важливі події в історії комунікації, як от зародження письма, винайдення фонетичної абетки, застосування папірусу чи пергаменту. Відповідно й постгутенбергівський період теж аж ніяк не однорідний, оскільки в нього включено як аналогові, так і цифрові медії.

До речі, як слушно зауважує Томас Петіт, цифрові технології є більшою небезпекою для друку, аніж попередні аналогові медії. Може, тому, що сьогодні на моніторах комп'ютерів і смартфонів доволі багато тексту? Відповідь на це питання могла би бути ствердною, хоча характер цього тексту — дещо інший. Онг визнав, що сучасні тексти на моніторах, з огляду на спонтанність, швидкість і неформальний характер, стоять ближче до усного дискурсу, ніж до класичних друкованих текстів і означив це поняттям «вторинна грамотність» (*secondary literacy*) (Ong, Walter, 2003). Петіт називає це явище (тексти чатів, блогів, твітів) — «розмовою за допомогою пальців».

У статті описано низку інших паралелей між епохами «до і після» домінування друкованих текстів. Наприклад, зосередження на пошуку, зв'язках. Петіт переповідає опис дивовижної подібності між сучасним GPS-ом, яким охоче послуговуються в мандрах, і стародавнім «рутером», яким користувалися море-

ходці ще до появи друкованих мап. Останній, подібно до сучасного пристрою, містив перелік переходів і зв'язків між конкретними портами вздовж маршруту.

Автор подібним чином порівнює особливості освіти. В епоху друку, з її трендом обмеження і визначеності, вважалося що знання переливаються з посудин-книг у «посудини» людських голів. Причому знання теж повинні були бути чітко запаковані у незмінні у своїй досконалості визначення і категорії. Натомість, в епоху «до і після» маємо зовсім інший підхід, базований на пошуку, пригадуванні якихось сутнісних речей, переповіданні їх з неодмінними в таких випадках змінами, порівнянні різних визначень, жодне з яких не виглядає досконалим.

### **ХОЧЕТЕ ЗВІЛЬНИТИ СУСПІЛЬСТВО — ДАЙТЕ МОЛОДІ ІНТЕРНЕТ**

Наступна стаття належить Роджеру Меллену — «Сучасні бунти в арабському світі та соціальні медії» (Roger P. Mellen, *Modern Arab uprisings and social media: An historical perspective on media and revolution*) [3].

Автор констатує, що журналісти та спостерігачі стверджують зв'язок між розповсюдженням соціальних медій та революційними заворушеннями на Близькому Сході. Тим паче, що вже за самою своєю природою соціальні медії сприяють активності широкого кола осіб. «Якщо хочете звільнити суспільство, просто візьміть і дайте молодим людям Інтернет», — саме так виглядає радикальний погляд на співвідношення нових медій і революцій. Спостерігачі повідомляли, що протести в північноафриканських країнах справді організовувались навколо повідомлень та фотографій (відео), розміщених в Мережі. Відомо, що інтернет-сторінка юнака, вбитого поліцією в Єгипті, справді була причиною протестів. Та й на пізніших етапах боротьби в Мережі оперативно викладали відеосвідчення бруталних дій поліції та інші повідомлення, які ще більше зміцнювали рішучість протестантів. Twitter та інші мережі активно використовувались для організації протестів. Отже, чи справді нові медії здатні спричинити революції? Власне цей зв'язок і намагається проаналізувати автор статті, застосовуючи медіаекологічний теоретичний підхід та вдаючись до історичних паралелей.

Автор згадує, що Гарольд Ініс (Harold Innis), якого можна назвати першим медіаекологом, писав про зв'язок комунікаційних технологій та соціальних перетворень ще у 1951 р. Ініс, щоправда, не вважав, що комунікаційні технології приносять негайні зміни, проте був переконаний, що вони спричиняють глибокі цивілізаційні зрушення. Скажімо, суспільства, де писали на камені чи глиняних табличках, з його погляду, були маломобільними в організації потоків повідомлень з центру до провінцій, а тому — приречені на децентралізацію. Запровадження легших носіїв — папірусу та паперу — сприяло інформаційній мобільності. За цих умов центр міг підтримувати ефективнішу комунікацію та управління провінціями, як це було в Давньому Єгипті. У Європі, на думку Ініса, порівняно важкий і дорогий пергамент сприяв монастичному (monastic) контролю знань та переважанню церковної політичної влади над державною. Запровадження паперу та друкарства підірвало позиції церковної ієрархії та провадило до зміцнення централізованих націй-держав, а також розвитку ринкової економіки. Ініс також писав, що з друкарством були безпосередньо пов'язані релігійні війни у XVII ст. «Агентом змін» називала друкарський верстат інший відомий історик — Елізабет Айзенштайн (Eisenstein).

Ніл Постман (Neil Postman), узагальнюючи теоретизування Ініса, писав: «Нові технології змінюють структуру наших зацікавлень, тобто речей, про які ми думаємо. Змінюють характер наших символів, тобто того, за допомогою чого ми думаємо. І, нарешті, змінюють характер нашої спільноти, тобто арену, на якій розгортаються наші думки».

Маршал Маклюган розвинув міркування Ініса до доволі контроверсійного твердження «Медіум — це і є повідомлення» (The medium is the message), переконуючи, що форма чи канал, яким передається повідомлення — важливіші, аніж власне зміст цього повідомлення.

Оскільки упродовж XX ст. так траплялося, що молодь нерідко користувалася новими засобами комунікації, то це, на думку Маклюгана, посилювало конфлікти поколінь. Можна додати, що згадане пояснення ще більшою мірою стосується кінця XX — початку нашого XXI ст., коли практично кожне нове покоління має нагоду скористатися черговою комунікаційною новацією (комп'ютер, Інтернет, соціальні мережі, смартфони, Google Glass). Роджер Мелен намагається спроекувати цю схему Маклюгана на протести на Близькому Сході, де «діти» зі своїми комунікаційними гаджетами повстали проти системи «батьків».

Що стосується конкретних прикладів, то автор статті намагається простежити за вторинними джерелами роль медій напередодні війни США за незалежність, революції у Франції наприкінці XVIII ст. та розпаду СРСР.

Традиційно вважається, що газети та політичні памфлети зіграли важливу роль в Американській революції — війні США за незалежність кінця XVIII ст. Більше того, історик С. Кларк (C. Clark) зауважив вибухоподібне зростання числа газет напередодні революційних полій. Революція у Франції відбувалася, незважаючи на сувору цензуру всередині країни, хоча франкомовна закордонна преса агітувала за звільнення від монархії, особливо в контексті новин про поступ демократії у Новому Світі.

Стосовно СРСР, то його розпаду в 1991 р. передувала потужна інформаційна кампанія, яка поставила під сумнів легітимність комуністичного режиму. Підсумовуючи цей підрозділ, автор робить висновок, що історія не знає прикладів, коли б медіа спричинили революцію, проте вони створювали революційний настрій, ідеологічне підґрунтя радикальних суспільних змін.

Чим різниться «арабська весна» від попередніх революцій в сенсі комунікаційних технологій? Передусім це широке використання Facebook, Twitter, Youtube для революційної агітації, розширення протестних лав, оперативного розміщення відеосвідчень бруталних зловживань влади і безпосередньої організації протестних заходів. Справу полегшило те, що інструментами цього вперше стали масово доступні гаджети, які вміщалися в долоні протестантів. Додаймо сюди нецензуроване сателітне телебачення з-за кордону. Ось ця технологічна суміш і є основною відмінною рисою сучасних революцій. Автор статті солідаризується з думкою спостерігачів, які вважають, що без цієї технологічної передумови протести не могли би бути організовані.

Підсумовуючи, Роджер Меллен вкотре повторює, що нові медіа, хоч і є важливим фактором організації та наростання народних заворушень, проте самі по собі вони не спричиняють революцій. Звісно, поступ у комунікаційних технологіях має значний вплив на те, як ми взаємодіємо між собою та організуємо суспільство. Вже сама структура World Wide Web робить контроль над ін-

формацією для авторитарних урядів доволі складним завданням та дає революціонерам в руки додаткові інструменти для реалізації їхніх цілей.

І хоча автор статті про це не говорить, проте напрошується ще один майже очевидний висновок: нові технології суттєво знижують революційний поріг. Завдяки їм протести і революції відбуваються там і тоді, де раніше вони були б неможливі.

### ТЕХНОЛОГІЇ ВІДНОСЯТЬ НАС НА УЗБІЧЧЯ

Нарешті третя стаття Крістін Трейсі присвячена екології журналістики (Christine M. Tracy. Ecological journalism and the role of perception) [4].

При сприйнятті новин нам доволі часто бракує їх критичного усвідомлення. І технології, пише Трейсі, аж ніяк не допомагають вирішенню цієї проблеми. Навпаки, вони ще більше відносять нас убік від саморефлектуючої свідомості.

Медіа більшою мірою поляризують людей, аніж об'єднують. Зокрема через свій «дебатний» стиль. У результаті лише відбувається підсилення вже існуючих упереджень, переконань і поглядів. Зокрема, причиною цього є нездатність медіа вести конструктивний діалог.

Трейсі розглядає новини як частину довкілля і в цьому сенсі веде мову про екологічну журналістику. Теоретичним підґрунтям для авторки є праці медіаекологів. Зокрема «Технополи» Ніла Постмана (Neil Postman, Technopoly), головним лейтмотивом якого є думка про те, що будь-яка нова комунікаційна технологія не є звичайним доданком (життя як звичайно + нова технологія). Будь-яка технологічна зміна — екологічна за своєю природою. Тобто вона проникає у всі сфери життя, змінює все довкола. Подібно до того, як крапля червоної фарби забарвлює склянку води. Це вже не буде склянка чистої води + крапля фарби. Колір склянки цілком зміниться.

З часів, коли телебачення стало домінуючим медіумом (тою краплею, яка все змінила, проникнувши зокрема у сферу культури, політики, щоденний побут) суспільство, на думку Постмана, виявилось затопленим іррелевантною інформацією. Звичайний глядач буквально і фігурально тоне в цьому інформаційному морі фрагментарних, калейдоскопічних, суперечливих і завжди дуже поверхових відомостей, які радше можна вважати масовою дезінформацією.

Постман і Маккібен (Postman, McKibben) слушно зауважують, що сам факт сприйняття інформації ще не означає факту її розуміння реципієнтом. Аудиторія живе в полоні вже складених стереотипів, намагаючись загнати нову інформацію у вже сформовані рамки (фрейми). До того ж, як зауважує Постман, більшість інформації, яку ми отримуємо, має мало спільного з нашими власними інтересами і, зазвичай, ми не знаємо, що робити з цією інформацією. Хоча нові технології, як от Ірад, призводять до зростання кількості інформації, проте її смислове, ціннісне навантаження для нас скорочується. Маємо свого роду обернену пропорційну залежність: більше інформації — менше сенсу.

Намагаючись знайти вихід із замкнутого кола деградуючої журналістики, Трейсі звертається до досвіду продюсера Кента Бая з його проектом «Ехо-камера» (Kent Bye, Echo Chamber Project), який вважає джерелом проблем сучасної американської журналістики панівний стиль дебатів (debate style). Тимчасом, дебати, з погляду автора, приносять мало користі. Вони скоріше роз'єднують як

учасників передач, так і аудиторію. Кожний залишається при своїй думці. Натомість, варто перейти до діалогічного стилю (dialog style). Розвиваючи цю лінію, Трейсі цитує відомого інтегрального філософа Марка Герзона (Mark Gerzon) і пропонує нашій увазі порівняння дебатного і діалогічного стилів:

Дебати	Діалог
Ви маєте готову правильну відповідь на поставлену проблему	Учасники співпрацюють у пошуках правильної відповіді
Ви виграєте	Учасники шукають спільний знаменник
Ви слухаєте опонента, щоб вловити вразливі місця і висловити контраргументи	Учасники слухають, щоб зрозуміти погляди опонента і дійти згоди
Ви відстоюєте ваше власне припущення як істину	Ми спростовуємо і наново оцінюємо різні припущення
Ви бачите тільки дві сторони дебатованого питання	Ми бачимо всі сторони питання
Ви захищаєте свої погляди на протилежні поглядам інших	Ми визнаємо, що спосіб думання інших людей може поліпшити наше власне мислення
Ви шукаєте недоліки в позиції інших	Ми шукаємо сильні місця і цінності в позиції інших людей

## ПЕДАГОГІКА

Останні дві з п'яти статей цього випуску присвячено педагогічній тематиці.

**Кіт Мессі, «Зворотний зв'язок: вплив варіативності комунікаційних каналів на навчання студентів» (Keith Massie, Feedback: The impact of textual channel variance on student learning. P. 143–162).**

Запропоноване увазі читача дослідження присвячене залежності навчання та успішності студентів від того, яким каналом вони отримують інформацію: написане від руки, друковане і на комп'ютерному моніторі. Тобто методологія дослідження має медіаекологічне теоретичне підґрунтя, яке Маршал Маклюган свого часу висловив у знаменитій формулі *The medium is the message*.

Автор дослідження стверджує, що не виявив значних відмінностей між ефективністю навчання між різними каналами. Втім, вміщена в статті порівняльна таблиця дозволяє розмістити згадані канали у такій послідовності (від найбільш ефективного — до найменш ефективного):

1. Написане рукою;
2. На моніторі комп'ютера;
3. Надруковане.

**Артур В. Хант III. Чому я не збираюся навчати ораторства онлайн (Arthur W. Hunt III, Why I am not going to teach public speaking online. P. 163–176).**

Викладач з Університету Тенесі пояснює три причини своєї відмови навчати мистецтва публічних промов онлайн. По-перше, та методика, яку він використовує в даний час, як виглядає, працює цілком добре і немає потреби її змінювати. Власне кажучи, ця методика була успішною упродовж тисяч років.

По-друге, уявлення цього викладача про ефективне навчання включає перебування разом зі студентами в єдиному фізичному просторі, а не звертання до комп'ютерного монітора.

Нарешті, третя причина впливає з попередньої і пов'язана з несприйняттям безтілесності. Особливо, якщо йдеться про тіло і про голос як про ораторські інструменти. Словом, цей викладач не має наміру вчити ораторства онлайн з тих самих причин, з яких не вчать онлайн мистецтву скульптури чи гри в теніс.

- 
1. Pettitt T., Bracketing the Gutenberg Parenthesis /Thomas Pettitt // Explorations in Media Ecology. — V. 11, # 2. — P.95–114.
  2. Foley, John M. (2012), Oral Tradition and the Internet. Pathways of the Mind, Urbana: University of Illinois Press.
  3. Roger P. Mellen, Modern Arab uprisings and social media: An historical perspective on media and revolution. P. 115–130.
  4. Christine M. Tracy. Ecological journalism and the role of perception \ EME, Volume 11 Issue 2. P. 131–142.

## RESEARCH IN MEDIA ECOLOGY ABROAD

**Borys Potyatynyk**

Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky str. 49, Lviv, 79044, Ukraine  
E-mail: [boryslav@yahoo.com](mailto:boryslav@yahoo.com)

The review of the international scholarly journal Explorations in Media Ecology is proposed.

**Key words:** media ecology, media technology, social media, Gutenberg era, democratization.

## ЗАРУБЕЖНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ МЕДИА-ЭКОЛОГИИ

**Борис Потятынык**

Львовский национальный университет имени Ивана Франко,  
ул. Генерала Чупрынки, 49, Львов, 79044, Украина  
E-mail: [boryslav@yahoo.com](mailto:boryslav@yahoo.com)

Предлагается обзор последнего выпуска международного научного журнала Explorations in Media Ecology («Исследования в области медиа-экологии»).

**Ключевые слова:** медиаэкология, медиатехнология, эпоха Гутенберга, социальные медиа, демократизация.

*Стаття надійшла до редколегії 12.10.2013*

*Прийнята до друку 14.10.2013*