

Літэратура

1. Бьорген, М. Великий астматик / Марит Бьорген [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sport-express.ru/skiing/reviews/794257/>. – Дата доступа: 31.08.2016.

Татьяна Хитрова*Запорожский национальный технический университет
(Украина)***МЕДИАТИЗАЦИЯ «ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ»
КАК СРЕДСТВО МОДЕЛИРОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ**

Нынешние тенденции медиатизации общественно-социальных явлений в информационном пространстве побуждают к совершенствованию форм и методов коммуникационно-пространственной и коммуникационно-мнемической деятельности медиа. Основанные на свойствах «памяти», эти процессы актуальны с точки зрения всех участников коммуникационной среды в контексте изучения современных технологий моделирования социальных матриц, настроений, движений, реальности в целом.

Медиатизация памяти как процесс и медиатизированная память как объект в плоскости социогуманитарных исследований пока не получили статус активной исследовательской среды. Однако всесторонние дискуссии вокруг формирования самостоятельных «memory studies» в мировом научном пространстве демонстрируют перемещение исследовательского вектора от исторического контекста памяти к социальному, от смысловой структуры к коммуникационным технологиям. Безусловно, вышеприведенные утверждения актуализируют формирование самостоятельного направления исследований «памяти» в социальных коммуникациях, этому способствуют и многочисленные практические шаги, представленные в публичной коммуникации, а также международные программы и проекты в контексте глобальных исследований «памяти».

Одним из базовых понятий, необходимых для осмысления особенностей информационно-коммуникационной природы медиа (как самостоятельной структуры с присущими ей функциональными свойствами, так и во взаимосвязи с другими социальными институтами) является память, ведь информации вне памяти не существует. Поэтому это понятие интересует нас, во-первых, с точки зрения информационного воздействия на субъекта коммуникационной деятельности (индивида, группы,

социальной общности), во-вторых, как операционный механизм сбора, обработки, хранения и передачи информации. Таким образом, можем выделить информационную и коммуникационную (мнемическую) природу медийной памяти. С семиотической точки зрения память представляет собой передачу во времени значимых для социума сообщений и может быть понята как хранилище информации с «встроенными» механизмами трансляции.

Медиа, в частности печатные, – это стабильный материальный объект, предназначенный для использования в смысловой социальной коммуникации в качестве завершенных сообщений. Ему присущи следующие признаки: наличие смыслового содержания, поскольку любое социально-коммуникационное сообщение является носителем содержания (информационная память); стабильная материальная форма, которая обеспечивает долговременную сохранность документа (коммуникационная память); социальное назначение для использования в коммуникационных каналах, где функциональность медиа может меняться от канала информации к документальному источнику (социальная память).

Профессор В. Буряк классифицировал «информационную память» на два типа: художественную (образную, чувственную) и логическую (интеллектуальную). Понятие «информационная память» он определяет как «системное (совокупность общих признаков, выражающих единое целое), поскольку информационная системность определяет сознание как макросистему, обладающую процессами иерархичности, многоуровневости, в которой имеется передача информации и управления» [1, с. 37]. Такой информацией является та, которая передается (ретранслируется) на уровне понятия и смысла, то есть требует в процессе передачи смысловой интерпретации определенной формы (жанра), концептуальной схемы, рассчитанной на массовую трансляцию. Художественная память – это антропоморфизированное явление, связанное с субъективным восприятием факта (может быть и субъективной трактовкой факта журналистом), ему присуще когнитивно-чувственное восприятие содержания передаваемой информации. Логическая память является процессом рационального, интеллектуального познания факта. Однако именно она больше пригодна к старению и забыванию.

С точки зрения когнитивных рецепций в сознании индивидуума, социальной группы логическая память способна к переходу от оперативной памяти в долговременную, от логической к образной (ситуативно-интуитивной). Таким образом, медиа одновременно является источником памяти о фактах, событиях, явлениях (фактографическая память)

и средством образно-смыслового воспроизведения памяти (семантическая память). Следует отметить, что структура семантической памяти многоуровневая, социальные смыслы, которые она продуцирует, одновременно могут быть как природными (генетическими, ментальными, национальными), так и искусственными (культурными, политическими).

Информационная память имеет многочисленное количество средств, которые кодируют информацию, ибо одно из условий функционирования памяти как информационной базы – ретрансляция (трансляция) информации (знаков, выражающих информацию). Именно такой организованной системой информационного обмена являются медиа, которые имеют широкий инструментарий для внешних (форма, жанр) и содержательных кодировок информации как средств адаптации для массовой трансляции и восприятия. Основная опасность в этом процессе выражается в свойстве медиа сочетать прошлое и настоящее, реальное и воображаемое, в котором информационная память может стать «симулякром», а следовательно, средством манипуляции, искажения реальности.

Мнемическая концепция медийной памяти связана со свойством медиа как носителя информации и берет свое начало с кибернетического толкования информационных процессов (сбор, обработка и передача информации). Мнемическими признаками обладают и конкретные коммуникационные технологии СМИ, в частности, такие свойства присущи мультимедиа, – совокупность методов, приемов, способов, позволяющих с использованием технических и программных средств мультимедиа производить, обрабатывать, хранить и передавать информацию, представленную в разных формах (текст, звук, графика, видео, анимация). С помощью технологий мультимедиа эти процессы можно выполнять не только с помощью словесно-логической памяти (информационной памяти, заложенной в медиасообщениях), но и с помощью новейшей технологии электронных СМИ, в частности тегов, кештегов, подкастов и т. п. Здесь используются качества человеческой памяти, основанные на опознании ранее воспринятых явлений и ситуаций.

Таким образом, теория социальных коммуникаций способна предложить смысловую целостность этому феномену, связав в единое целое социально-коммуникационные и когнитивные аспекты памяти. Акцентируя внимание на перспективе дальнейших исследований, попробуем определить предметы ее отраслевого изучения, в частности: с точки зрения теории и истории социальных коммуникаций «память» может рассматриваться как социальная закономерность развития коммуникационной системы, как составляющая коммуникационных отношений и

информационной культуры, как семиотическая составляющая социально-коммуникационной деятельности, как технологическая основа информационных моделей, как информационно-когнитивная динамика общества и социально-информационная система медиакультуры в целом.

Литература

1. Буряк, В. Д. Информационная память – базовая доминанта сознания / В. Д. Буряк // Государство и регионы. Сер. Социальные коммуникации (Запорожье: КПУ). – 2010. – № 4. – С. 37–42.

Ирина Шибут

Белорусский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОГО СООБЩЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

Согласно данным социально-демографического исследования gemius Audience исследовательской компании Gemius Belarus интернет-аудитория в Беларуси составляет около 50 % (real users) от всех жителей, возраст этой аудитории от 15 до 74 лет, каждый день интернетом пользуется почти 85 % пользователей [3]. Несмотря на то, что категории пользователей интернета очень разнятся, все они согласны с тем, что как средство приобретения и пополнения информации сеть – очень мощный источник. Она предлагает разнообразие каналов воздействия медиа на адресата: в виде текста, гипертекста, музыки, анимационной картинки и т. д. в различных сочетаниях. Пользователь имеет возможность работать в интерактивном режиме и получать мгновенный доступ к огромному количеству сообщений. Важным моментом является удобное для пользователя время получения сообщений разного уровня сложности. Воспринимая любое средство массовой информации в интернете в широком смысле как коммуникативное сообщение, можно выделить его отличительные признаки: *интерактивность*, *гипертекстуальность* и *мультимедийность*. Для коммуникации принципиальной становится интерактивность, которая построена на принципах двустороннего потока информации и обратной связи. Новые грани интерактивности стали доступны благодаря развитию технологий и объединению различных платформ. Так, комментарии – неотъемлемая черта блогов (1992 г.) – проникли в социальные сети (1995 г.) и в статичные интернет-версии средств массовой информации. В 2006 г. британская газета The Guardian запустила на своем сайте раздел Comment is free [7], который по сво-