

ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ

Пахнін Микола Леонідович,
доцент кафедри
кримінально-правових дисциплін
(Харківський національний університет
внутрішніх справ,
м. Харків, Україна)

У статті, на основі аналізу наукової літератури та норм чинного законодавства України, визначено, як співвідносяться між собою засоби масової комунікації та засоби масової інформації. Наголошено на їхній нетотожності, оскільки засоби масової комунікації характеризуються більшим спектром масових засобів. Констатовано, що сьогодні засоби масової комунікації перебувають у середовищі відповідного комунікативного простору і значною мірою зумовлені специфікою цього простору. Відтворюючи певну картину, становище, вони виступають не лише чинником виробництва, поширення й обміну інформацією, а й відповідною формою організації інформаційно-комунікативних процесів. Виокремлено три основні групи функцій засобів масової комунікації: а) задовольняють відповідне коло потреб людини як індивіда, як особистості; б) задовольняють відповідне коло потреб соціальних груп та людини як члена відповідної групи; в) задовольняють відповідне коло потреб суспільства загалом як цілісної соціальної системи та людини як члена цього суспільства. З'ясовано, що формування та функціонування соціальних груп відповідно до їхнього призначення

за умов відсутності доступу до засобів масової комунікації практично неможливе або значно ускладнене. Тож, задовольняючи потреби різноманітних соціальних груп, відповідні засоби масової комунікації в разі виконання ними тієї ролі демократичного інституту суспільства, яку вони беруть на себе як «четверта гілка влади», принаймні повинні реалізовувати дві ключові соціальні функції. Зроблено висновок, що діяльність засобів масової комунікації може і повинна сприяти налагодженню конструктивного діалогу різноманітних політичних сил у сучасному суспільстві, що сприяло б зниженню конфронтаційності й активізації інтеграційних процесів. Якщо зазначені завдання виконуються в діяльності засоби масової комунікації, то вони відповідно реалізують дуже важливу соціальну функцію – інтеграційну. Сьогодні засоби масової комунікації перебувають у середовищі відповідного комунікативного простору і значною мірою зумовлені специфікою цього простору.

Ключові слова: засоби масової комунікації, засоби масової інформації, функції, завдання, інформаційна політика.

MASS MEDIA AND MASS COMMUNICATION: CORRELATION OF CONCEPT

Pakhnin Mykola Leonidovych,
Senior Lecturer at Department
of Criminal Legal Disciplines
(Kharkiv National University
of Internal Affairs, Kharkiv, Ukraine)

In the article, based on the analysis of scientific literature and the norms of the current legislation of Ukraine, the means of mass communication and mass media are determined to be related. It is emphasized on their non-identities, since the means of mass communication are characterized by a large spectrum of mass media. It is stated that today the means of mass communication are in the environment of the appropriate communicative space and to a large extent due to the specifics of this space. Reproducing a certain picture, the situation, they act not only as a factor in the production, distribution and exchange of information, but also an appropriate form of organization of information and communication processes. Three main groups of functions of the means of mass communication are singled out: a) they satisfy the corresponding range of human needs as an individual as a person; b) satisfy the appropriate range of needs of social groups and a person as a member of the respective group; c) satisfy the appropriate range of needs in the whole society as an integral social system and a person as a member of this society. It was clarified that the formation and functioning of social groups according to their purpose in the absence of access to the mass media is practically impossible or significantly complicated. So, satisfying the needs of various social groups, the relevant the means of mass communication in the event of their fulfillment of the role of the democratic institution of society, which they assume in society as the “fourth branch of government”, must at least implement two key social functions. It is concluded that the activity of the means of mass communication can and should facilitate the constructive dialogue of various political forces in modern society, which would reduce the confrontational and activation of integration processes. If these tasks are performed in the activities of the means of mass communication, they respectively implement a very important social function – integration. Today, the means of mass communication are in an environment of a corresponding communicative space and to a large extent due to the specifics of this space.

Key words: means of mass communication, mass media, functions, tasks, information policy.

Постановка проблеми. Останнім часом виникає безліч гострих дискусій стосовно природи та функціонування засобів масової комунікації (далі – ЗМК), глибини й характеру їхнього впливу на громадськість та деякі соціальні групи. І поради на рівні широких побутових дискурсів значно відрізняються від наукових. Зазвичай науковці не звертають увагу на характерні уявлення про масштабність масової комунікації, якими користуються політики, більшість журналістів і частина бізнесменів. Гострі конфліктні ситуації виникають також навколо відповідальності роботи журналістів, у якій зазвичай є суперечними декілька головних поглядів. Дані суперечки трактуються різноманітними настановами і методологічними підходами в дослідженні процесів масової комунікації. Однак певні відмінності поглядів виникають через слабку розробленість головних визначень. Традиційно нечіткими є зміст визначення комунікації, її форм існування та її класифікація. По-різному трактують сутність та цілі комунікативних процесів. Масові комунікації охопили майже все суспільство, що певним чином впливає на нього. Сучасна масова комунікація є інструментом формування думки громадян, бо робить можливим ведення діалогів у межах усього суспільства. Наявна необхідність у вивченні різноманітних напрямів роботи масових комунікацій, що неможливе без конструктивного теоретичного дослідження сутності, ролі, форм та функцій ЗМК у нинішніх умовах. Однією з наявних проблем у цій сфері є невідповідне співвідношення таких понять, як «засоби масової інформації» (далі – ЗМІ) та «засоби масової комунікації».

Стан дослідження. Окремі проблемні питання щодо сутності та ролі ЗМК і ЗМІ в житті суспільства розглядали: А. Барановська, Л. Городенко, С. Демченко, А. Ібрагімова, О. Крюков, А. Марущак, О. Мелещенко, А. Москаленко, Г. Почепцов, С. Телешуна, Є. Тихомирова, Ю. Фінклер, А. Чічановський, В. Шкляр і багато інших. Однак, незважаючи на чималу кількість наукових розробок, у науковій літературі відсутні комплексні дослідження, присвячені тому, як співвідносяться між собою ЗМІ та ЗМК.

Саме тому у межах даного дослідження ми маємо на меті провести розмежування понять «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації».

Виклад основного матеріалу. ЗМК характеризує більш широкий набір масових засобів. До ЗМК можна віднести театр, кіно, цирк та ін., різноманітні вистави, що відзначаються регулярністю проведення у своєму зверненні до масової аудиторії. Також варто віднести до ЗМК технічні масові засоби, як-от телеграф, телефон, телетайп тощо. Друге поняття, тобто «засоби масової інформації», має низку тотожних ознак із ЗМК, що, проте, не робить їх однакими. До того ж ЗМІ мають певні ознаки, що в рамках розгляду досліджуваного розмежування термінів сприймаються як притаманні тільки цьому поняттю. Серед таких ознак варто виділити, наприклад, наявність технічних засобів. Розбіжність в основних напрямках діяльності можна простежити, вивчаючи функції зазначених понять.

Розгляньмо основні функції ЗМІ. До основного, загального призначення ЗМІ відносять велику кількість соціальних, політичних, психологічних та інших ролей. Серед загального кола функцій доцільно виокремити такі:

- комунікативну функцію – вона виявляється в налагодженні контакту;
- організаторську функцію – виявляється у виокремленні ролі журналістики як «четвертої влади» у суспільстві;
- ідеологічну функцію – виявляється у прагненні здійснення глибокого впливу на самосвідомість людей, на ціннісні орієнтації та світоглядні основи аудиторії, на ідеали і прагнення суспільства, урахування мотивацію поведінкових актів;
- культурно-освітню функцію – виявляється у вихованні населення за зразками загальносвітової культури, що, у свою чергу, сприяє всебічному розвитку кожної людини;

- рекламно-довідкову функцію – виявляється в задоволенні утилітарних запитів у зв'язку з відповідними сферами захоплень різних категорій аудиторії (сад, туризм, город, колекціонування тощо);

- рекреативну функцію – виявляється в наданні суспільству духовних та психологічних благ, як-от зняття напруги, розваги й отримання задоволення.

У кожній із зазначених царин ЗМІ виконують відповідні соціальні ролі: виробничо-економічну, регульовальну, духовно-ідеологічну, інформаційно-комунікативну.

Тепер постає логічна необхідність розгляду функцій, виконуваних ЗМК у сучасному суспільстві, а також з'ясування того, які потреби суспільства й особистості задовольняють ці функції та, головне, у який спосіб. Ми вважаємо, що в межах нашого дослідження розгляд зазначених функцій та порівняння їхньої спрямованості та цілей із тими, що реалізуються в повсякденному житті, повинно допомогти в розумінні відповідних можливостей їхнього як позитивного, так і негативного впливу на формування та діяльність системи публічного управління.

Отже, можна виокремити три основні групи функцій ЗМК. До них варто віднести функції:

- що задовольняють відповідне коло потреб людини як індивіда, як особистості;
- задовольняють відповідне коло потреб соціальних груп та людини як члена відповідної групи;
- задовольняють відповідне коло потреб суспільства загалом як цілісної соціальної системи та людини як члена цього суспільства.

Через те, що ЗМК, задовольняючи відповідне коло суспільних потреб загалом та в різних соціальних групах, мають здебільшого масовий та публічний характер, вони повинні викликати інтерес також у великих масових аудиторіях, що складаються з елементів суспільства, які мають власні бажання, потреби й інтереси. Тобто з метою реалізації своїх соціальних функцій з обслуговування відповідних суспільних інтересів загалом і соціальних груп зокрема масова комунікація має враховувати також потреби та психологічні особливості окремих елементів суспільства. Інакше повідомлення, що передаються через ЗМК, будуть незрозумілими та не будуть сприйняті своєю аудиторією.

Сьогодні не існує загальної класифікації функцій ЗМК. Проте, розглядаючи підходи окремих дослідників, можна зазначити, що за своїм змістом надані ними класифікації багато в чому збігаються, хоча і є певна відмінність за кількістю, за назвами та за підставами і критеріями виокремлення. Того ж висновку можна дійти стосовно цілей і потреб звернення окремих елементів суспільства до ЗМК. Зважаючи на дослідження провідних науковців у галузі масових комунікацій, виникає можливість виокремлення трьох основних потреб людини, що спонукають її звертатися до відповідних ЗМК. До них належить потреба в інформаційному зв'язку з навколишнім середовищем та, відповідно, у постійному отриманні інформації. Також можна вказати на потребу в розвагах та потребу у відвертанні уваги – мається на увазі психоемоційний аспект, що пов'язаний із дозволяям людини.

Реалізуючи потребу у відвертанні уваги, людина як окремий елемент суспільства може дивитися телепрограми або ж отримувати певну інформацію з інших джерел, що не є предметом її зацікавлення, а тільки сприяють ізоляції від навколишнього середовища. Задоволення потреб у розвазі та відвертанні уваги сприяє емоційному розрядженню, подоланню психоемоційної напруженості, отриманню певної психоемоційної «стимуляції» з метою подальшої активної діяльності за умови, якщо задоволення такої потреби не стає відповідною головною метою або сенсом діяльності особистості.

Варто виокремити коло реалізації відповідних цілей, до яких належить потреба в постійному інформаційному зв'язку та безперервному припливі інформації з різноманітних ЗМК:

- орієнтація в соціальному середовищі, або соціалізація в суспільстві;
- розвиток загального кругозору, що частково заміщує процес навчання та здобуття загальної освіти, у свою чергу, спонукаючи до підвищення інтелектуального рівня особистості загалом;
- вирішення повсякденних практичних проблем;
- підвищення відповідного професійного рівня.

Далі, за логікою нашого дослідження, доцільно розглянути потреби соціальних груп, які мають задовольнятися відповідними ЗМК у сучасному цивілізованому демократичному суспільстві. В умовах суспільних трансформацій, формування громадянського суспільства в сучасних процесах державотворення передбачається об'єднання окремих елементів суспільства на засадах усвідомлення та захисту власних інтересів у різноманітні соціальні суб'єкти суспільної, політичної, соціальної та економічної діяльності. Ними можуть бути такі соціальні суб'єкти, як соціально-демографічні та національно-етнічні групи населення, професійні спілки, партії, асоціації, рухи, об'єднання за інтересами, земляцтва й ін. У своїй взаємодії вони уособлюють ключове коло різних інтересів відповідних категорій населення, з урахуванням яких відбувається їх взаємодія одне з одним, із різноманітними соціальними інститутами, державою та суспільством загалом.

Формування та функціонування соціальних груп відповідно до їхнього призначення за умов відсутності доступу до ЗМК практично неможливе або значно ускладнене. Тож, задовольняючи потреби різноманітних соціальних груп, відповідні ЗМК у разі виконання ними тієї ролі демократичного інституту суспільства, яку вони беруть на себе як «четверта гілка влади», принаймні повинні реалізовувати дві ключові соціальні функції.

По-перше, ідеться про функцію доведення до великих прошарків населення та суспільства загалом інтересів та позицій із певних інформаційних питань різних соціальних суб'єктів. Тобто про публічне представлення та публічне сповіщення інтересів, презентацію актуальних проблем, тем та питань відповідно до них, пропозицій щодо їх вирішення різноманітних соціальних груп та верств населення, партій, професійних спілок, суспільно-політичних рухів, асоціацій, економічних структур, земляцтв та об'єднань громадян за інтересами. Зазначену функцію логічно позначити як презентаційну.

По-друге, ми говоримо про функцію, що полягає в залученні й об'єднанні за спільними інтересами представників різноманітних суспільних груп, які повинні мати доступ до ЗМК. Тож, ці масові засоби мають виконувати відповідну функцію з формування різноманітних соціальних суб'єктів у суспільстві та сприяти їхній ефективній та керованій взаємодії. Зазначену функцію логічно позначити як організаційну.

За логікою нашого дослідження, доцільно розглянути ключові функції ЗМК, виконувани з метою забезпечення нормального розвитку та функціонування суспільства.

Однією з таких функцій є забезпечення соціального контролю в суспільстві. Зазначена функція здійснюється через публічне інформування за відповідними напрямками та щодо подій основної діяльності різноманітних соціальних суб'єктів, економічних структур, органів влади й управління, у суспільній, політичній, соціальній, економічній та інших сферах громадського життя. ЗМІ як один зі структурних елементів ЗМК провадять власну інформаційно-аналітичну діяльність та інформаційні розслідування.

Не беручи до уваги відсутність можливостей економічних і адміністративних заходів впливу, на відміну від господарських і державних контрольних органів, контроль, здійснюваний ЗМК, часто є більш ефективним через наявність моральної оцінки та фундаментальне підґрунтя громадської думки, значення якого в сучасних державах велике, особливо перед проведенням виборних кампаній.

ЗМК, відкриваючи доступ до своїх можливостей для різноманітних соціальних суб'єктів, реалізують критику відповідних соціально важливих дій різноманітних громадських та державних структур, формують громадську думку, унаслідок чого відбувається виконання функції соціального контролю в суспільстві.

На підставі певних інформаційних фактів у ЗМК іноді виникає можливість створення парламентських та громадських комісій, надання державними інстанціями доручень органам публічного управління.

Ураховуючи все вищезазначене, можна стверджувати, що функція соціального контролю й управління соціальними процесами в суспільстві ґрунтується на таких соціальних призначеннях ЗМК, як інформаційна функція, функція здійсненні критики та функція з формування громадської думки.

З метою нормального функціонування й ефективного здійснення процесів державотворення в Україні сучасне суспільство зацікавлене в адекватній орієнтації громадян у подіях, явищах та процесах. Зважаючи на зазначене, відповідні елементи суспільства потребують поширення інформації щодо соціально важливих питань, цінностей, настанов, норм і зразків поведінки, що властиві дійсному рівню суспільного розвитку.

У теоретично найкращій ситуації ЗМК мають виконувати роль комунікативного засобу сучасного суспільства та бути певною об'єднальною ланкою між органами публічного управління та громадянським суспільством. Аналізуючи сучасний стан взаємодії ЗМК з органами публічного управління, можна зробити припущення, що в Україні в умовах відсутності високого рівня розвитку громадянського суспільства ЗМК не можуть ефективно виконувати свої функції, оскільки органи публічного управління певною мірою їх не потребують, а відповідні елементи суспільства не виявляють здатності генерувати запити через відсутність такої традиції. Тому ЗМК здебільшого використовуються як маніпулятивний, а не комунікативний засіб [1].

У контексті нашого дослідження важливо також згадати про наявні форми інформаційної влади, тобто про суспільні комунікації. Логічно, що інформація є змістом комунікацій. У свою чергу, інформаційна влада означає управління комунікаціями, управління їхнім змістом і спрямованістю через інформацію. Такий різновид влади відрізняється від простого інформаційного впливу стійкістю та силою впливу комунікатора на реципієнта, значним рівнем контролю його поведінки.

Впливом на змістовну спрямованість комунікацій інформаційна влада має можливість впливати на поведінку окремих елементів суспільства двома способами:

- запобігати виникненню небажаних, частіше за все опозиційних політичних рухів і протестів;
- мотивувати окремі елементи суспільства до відповідної діяльності, визначати їхні цілі та зміст.

Стимувальна властивість інформаційної влади виявляється у здатності замовчування окремих фактів, недооцінюванні їхнього значення, відволіканні окремих елементів суспільства від подій за допомогою різного роду скандалів, сенсацій, шоу тощо, вилучення з управлінських рішень та публічних дискусій окремих тем, подій чи дій і в такий спосіб перешкоджання реальному усвідомленню їх суспільством, спричинення розгортання конфліктних ситуацій та подій [2].

Зважаючи на велику роль впливу, масові засоби комунікації, задовольняючи потреби суспільства, мають активно та неупереджено інформувати громадян із зазначених проблемних питань. Водночас ЗМК виконують функцію освіти, соціалізації й інформування. Сучасні процеси державотворення на демократичних засадах припускають наявність міцної та конструктивної опозиції, зростання ролі громадянської думки та ролі громадськості в їхньому впливі на відповідні соціальні явища та процеси, що відбуваються в суспільстві. За відсутності доступу до ЗМК фактично унеможлиблюється опозиційний вплив громадськості на соціальні, економічні та політичні явища та процеси в суспільстві. Ключовим чинником формування ЗМК і громадської думки в певному сенсі є діяльність масмедіа як одного з інструментів ЗМК.

Висновки. Отже, за результатами розмежування понять «засоби масової інформації» та «засоби масової комунікації» варто наголосити на їхній нетотожності, оскільки ЗМК характеризуються більшим спектром масових засобів. До ЗМК можна віднести театр, кіно або цирк. У свою чергу, до ЗМК органів публічного управління відносять громадські слухання, звернення, форуми, публічні звіти, конференції, круглі столи й ін. Також до ЗМК можна віднести технічні масові засоби комунікації, як-от телеграф, телефон, телетайп тощо. ЗМІ мають низку тотожних ознак із ЗМК, але це не робить ці поняття тотожними, до того ж ЗМІ мають певні ознаки, які з погляду досліджуваного розмежування понять притаманні тільки їм. Зазначені поняття здебільшого мають тотожні функціональні навантаження, проте ЗМК, використовуючи більш широке коло масових засобів, відповідно мають більш широкі функціональні навантаження. У підсумку, з урахуванням використання системного підходу можна зазначити таке: розглядаючи ЗМК як систему, ЗМІ щодо ЗМК є підсистемою, інструменти якої (теле-, радіо- та текстові комунікації, преса) виступають елементами зазначеної підсистеми.

Діяльність ЗМК може і повинна сприяти налагодженню конструктивного діалогу різноманітних політичних сил у сучасному суспільстві, що сприяло б зниженню конфронтаційності й активізації інтеграційних процесів. Якщо зазначені завдання виконуються в діяльності ЗМК, то вони відповідно реалізують дуже важливу соціальну функцію – інтеграційну. Сьогодні ЗМК перебувають у середовищі відповідного комунікативного простору і значною мірою зумовлені специфікою цього простору. Відтворюючи певну картину, становище, вони виступають не лише чинником виробництва, поширення й обміну інформацією, а й відповідною формою організації інформаційно-комунікативних процесів. Своєю чергою, вони задають відповідний характер та напрям соціальних і політичних процесів як один із ключових чинників державотворення.

Список використаних джерел:

1. Дегтяр А., Халецький А., Бelay С. Взаємодія органів державної влади з громадськістю: теорія та практика державного управління : монографія. Донецьк : Донбас ; Ваш імідж, 2012. 415 с.
2. Крюков О. Інформаційне забезпечення публічної влади як чинник національної безпеки держави в умовах глобалізації. *Вісник Національного університету цивільного захисту України* : збірник наукових праць. Серія «Державне управління». Вип. 1 (4). Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2016. 307 с.