

УДК 342.31(477)

**ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ  
ЯК ПОЛІТИЧНИЙ ПРОЦЕС****Оксана Ільницька**

*Кримський економічний інститут КНЕУ ім. В. Гетьмана  
фінансово-економічний факультет, кафедра суспільних наук,  
вул. Севастопольська 21/4, 95000, м. Сімферополь, Україна,  
e-mail: ok\_s\_ana@mail.ru*

Зроблена спроба класифікувати систему засобів масової інформації. Досліджено їхнє функціонування як політичного процесу.

*Ключові слова:* інформація, комунікація, структура систем масової комунікації, політичний процес.

Політичні процеси в суспільстві вирізняються надзвичайною складністю. Оскільки політичне життя розмаїте й різновекторне, воно не завжди підлягає лінійному обґрунтуванню, тому дослідження суті процесів, що відбуваються в суспільстві, повинні ґрунтуватися на фундаментальній науковій основі з використанням адекватної методології.

Дослідники політичних процесів дійшли висновку, що єдиним шляхом до розробки такої методології є передусім накопичення практичного досвіду функціонування політичної системи і політичного процесу, практичного використання методологій різних наукових галузей, у тому числі суміжних наукових дисциплін. Такі методології вибірково застосовують у скорегованому вигляді залежно від явища або процесу, які досліджуються. Однак існує наукова складова, котру не може ігнорувати жодна інтегральна методологія – інформаційно-комунікаційна.

Суспільство є відкритою групою, що об'єднує певну кількість осіб. Таке об'єднання отримало назву «соціальна система», а первинна складова такої системи – людина, індивід, особистість. Людина завжди має зв'язки з іншими людьми, а політичний процес у первісному значенні – це взаємодія-взаємовплив на індивідуальну свідомість всередині соціальної системи, групові взаємодії і взаємовплив з навколишнім середовищем задля досягнення певних цілей, вироблених соціальною системою завдань. Це – процес, в основі якого лише інформація. На думку Н. Вінера: «реальність може й повинна бути пояснена насамперед в термінах інформації та комунікації» [2, с. 87].

Засоби масової комунікації (ЗМК), являючи самостійну систему, водночас є підсистемою у вищій – політичній системі. Загалом йдеться про комунікативну підсистему як сукупність відносин і форм взаємодії, що утворюються між різними соціальними групами з приводу їхньої участі в організації, здійсненні й розподілу політичної влади з метою реалізації прийнятих соціальною системою рішень. Тому обов'язковій складовій комунікативної підсистеми в демократичному суспільстві, з одного боку – політичні відносини, спрямовані на укріплення існуючого політичного режиму, а з іншого – політичні відносини, котрі віддзеркалюють навіть революційний стан соціальної системи. Відповідно саме комунікативна підсистема з її системою ЗМК стає інституціонально-твірним чинником політичної системи. Тобто будь-яка комунікація –

інформаційна взаємодія – відбувається в процесі передачі даних, а результат взаємодії визначається кількісними та якісними характеристиками складових взаємодії-взаємовпливу.

Отже, соціальні й політичні процеси, оскільки вони незворотні, згодом складаються в особливі відносини. Вони не можуть бути зупинені або повернуті назад. Унаслідок активних, а іноді й відверто агресивних інформаційних впливів, можна дещо пригальмувати або прискорити. Це можливо за умови перебування певної частини соціальної системи під впливом, зазвичай, політичної верхівки, що має ґрунтовні можливості застосування інформаційних технологій. При чому починає домінувати один із варіантів суб'єктивно сформульованої мети або ідеалу. Тоді, коли зазвичай такий ідеал має в основі матрицю недавнього минулого, цей вибір з часом може завести соціальну систему в безвихідь. І хоча інформація – підґрунтя взаємодії-взаємовпливу, вона може стати й основою протистояння, навіть колапсу соціальної системи [7]. Фактично, система ЗМК – елементна база і технології їхніх взаємозв'язків всередині комунікативної підсистеми, – це горизонтальні зв'язки, а з елементами політичної системи – вертикальні зв'язки.

Розуміння системи ЗМК як складного багатофункціонального комплексу дає змогу досліджувати цю систему на засадах системного підходу та структурно-функціонального аналізу. Відтак, система ЗМК як підсистема вищої системи повинна відповідати вимогам:

1. Оптимальній організованості елементної бази – технологічних, економічних, редакційних, аудиторних, кожен елемент котрої активно взаємодіє зі середовищем та один з одним, а їхня сукупність і технології взаємозв'язків сприяють стійкості системи ЗМК.

2. Багатофункціональній готовності стосовно забезпечення інформаційних потреб окремої особистості, суспільства й цивілізації;

3. Наявності розвинутої інфраструктури ЗМК, що гарантує виконання функцій, у тому числі адміністративно-управлінських служб у складі редакцій.

4. Цілісності, незважаючи на різноманітність видів і типів ЗМК, системи, спрямованої на формування єдиного національного або глобального інформаційного простору, що забезпечує континуально-безперервну взаємодію усіх елементів ойкумени.

Інформаційні зв'язки, створені системою ЗМК, поєднують соціальну систему держави й цивілізації. Життєздатність такого поєднання визначається можливістю участі кожного члена суспільства в ціннісно-орієнтаційних та організаційно-управлінських процесах, котрі відбуваються у суспільстві. По суті, функціонування системи ЗМК поза політичним процесом неможливе, а сам політичний процес не уявляється поза межами комунікаційної підсистеми політичної системи.

Структура системи ЗМК. Для дослідження ЗМК як системи їх необхідно класифікувати й систематизувати за всіма характеристиками. Основні чинники класифікації ЗМК:

- *види* ЗМК : друк; радіо; телебачення; Інтернет;
- *типи* (залежно від каналу комунікації): візуальні, аудіовізуальні, мультимедійні;
- *територіальність*: районні, міські, обласні, національні;
- *аудиторність*: визначається аудиторією, на яку спрямовано дію ЗМК;
- *профільність*: галузеві, відомчі, корпоративні;

– *періодичність*: установлюється частотою виходу ЗМК - щотижневі, щомісячні, щоквартальні, щорічні;

– *форма власності*: державна, муніципальна, приватна, змішана;

– *спрямованість*: суспільно-політичні, професійні, виробничі, навчальні й навчально-методичні, освітні або розважальні.

Для комплексного уявлення про ЗМК як систему доцільно визначити класифікацію мотивів звернення до ЗМК (таб. 1).

Таблиця 1.

## Класифікація мотивів звернення до ЗМК

Мотив	Типи ЗМК залежно від каналу комунікації		
	Візуальні	Аудіовізуальні	Мультимедійні
Приватний	Лист	Телефон, відеотелефон	Е-пошта, е-форуми, ICQ
Прикладний	Довідники, бюлетені, листівки, плакати	Кіно-радіо-теле: фільми, спектаклі, шоу	Пошукові системи й довідкові ресурси
Розважальний	Книга	Домашнє: аудіо і відео кінотеатри	Гіпертекстова бібліотека (on-line, CD-R)
Новинний	Друковані ЗМК	Теле- і радіопрограми	Мережеві медіа

У процесі розвитку системи ЗМК цивілізацією створено телебачення, радіомовлення, Інтернет. Причому ЗМК мають структури: 1) технологічну - матеріально-технічну базу; 2) економічну – певні форми й технології економічних відносин між учасниками масового інформаційного процесу; 3) редакційну – сукупність різних редакційних утворень, зокрема газетних, журнальних, книжкових, телебачення й радіо, Інтернет, інформаційних агентств; 4) інформаційну, що відображає в публіцистичній, науковій, художній і довідковій формах різні види соціальної діяльності; 5) аудиторії ЗМК, яка містить той або інший склад аудиторних груп; 6) організаційну, що є структурою системи організації й управління системою ЗМК.

Трансформація характеру й структури життєдіяльності суспільства зумовлює необхідність у відповідній трансформації ЗМК, коли системні закономірності, взяті за основу трансформацій, потребують нового механізму реалізації. Вочевидь, система ЗМК як інертна система не встигає за змінами, що відбуваються, а це негативно позначається на забезпеченні цілісності системи ЗМК. На тлі різкого зниження ролі преси у відповідь на зростаючі потреби суспільства почався бурхливий розвиток Інтернет-ЗМК. До речі, низька динаміка розвитку структури ЗМК призводить до того, що значущі для суспільства повідомлення не здатні повністю збагатити його інформаційні ресурси, а отже, обмежують можливості: суспільства адекватно й своєчасно реагувати на процеси, що відбуваються, носія нових знань брати участь у формуванні інформаційного процесу.

Внаслідок цього гальмується процес удосконалення політичних, економічних і соціальних елементів суспільних відносин, послаблюється їхня участь у формуванні й функціонуванні громадської думки, виробленні політичних рішень, поширенні досвіду суспільних пертурбацій, аналізі суспільних сил і владних структур знижується відкритість і публічність у діяльності суспільних суб'єктів, плюралізм думок у суспільстві й державі. У таких умовах суспільство не можна називати відкритим, а державу – правовою.

Без оптимально організованої структури ЗМК не відбудеться збагачення національних інформаційних ресурсів, яке не відставало б від рівня розвитку умов і можливостей суспільного прогресу.

Структурна трансформація ЗМК повинна сприяти формуванню сукупності елементної бази, що би забезпечувала цілісний характер усієї такої системи. Актуальне питанням для ЗМК – ступінь відповідності структури масової інформації структурним перетворенням у суспільстві ХХІ ст. [11]. Інакше кажучи, формування структур інформаційного суспільства буде успішним лише за створення у них необхідних комунікативних відносин.

Характеризуючи структуру пострадянських ЗМК, назвемо позитивні й негативні тенденції їхнього розвитку:

1. Процес трансформації суспільства України за роки незалежності значно змінив кількісний і якісний склад учасників суспільних відносин. Кількість найменувань загальнодержавних газет збільшилася майже в 10 разів, а регіональної періодики – майже вдвічі. Незважаючи на загострення конкуренції інформаційному ринку, зростання кількості видань не супроводжувалося зростанням аудиторії, а разовий наклад загальнодержавних газет помітно зменшився. Наслідком таких тенденцій є зменшення читацької маси газет і журналів, а збільшення кількості телеканалів та програм телебачення й радіомовлення за низького рівня їхньої аналітики, змістовної наповненості, тематичної й функціональної спеціалізації не стало компенсатором. Тим наче, що істотне зростання найменувань друкованих ЗМК визначалося політичною і бізнесовими елітами, які народжувалися, зумовлюючи контент і креатив нових видань.

Аналіз національного інформаційного простору засвідчує, що нині в Україні існують два основні комунікативні стилі [1]: *традиційний*, орієнтований на мінімальну кількість джерел; *сучасний*, який використовує майже весь спектр ЗМК. Політична й економічна еліти держави практикують сучасний стиль. Маючи необхідними ресурсами, вони не тільки споживають, а й активно створюють нові знання;

2. Попри зростання кількості найменувань загальнодержавних ЗМК, створюване ними комунікативному полю притаманний фрагментарний характер, охоплюючи незначну частину суспільства. Передусім це стосується загальнодержавних газет і журналів з невеликим разовим накладом щодо потенційної аудиторії, а також аналітичних програм телебачення й радіомовлення, мережевих ЗМК з невисоким рейтингом.

Стрімко знизилася роль ЗМК у внутрішньонаукових комунікаціях, скоротилися зв'язки між мистецтвом і масовою аудиторією, усередині різних галузей і між галузями, стійким механізмом яких були галузеві й спеціалізовані журнали.

3. Зростає процес регіоналізації ЗМК, тобто з'являються нові видання й програми телебачення і радіо, інформаційних агентств, інтернет ЗМК в обласних центрах, містах, районах. Регіональна періодика зросла не лише за кількістю найменувань, а й за разовими тиражами. Однак цей процес не компенсує зниження накладів загальнодержавних видань, оскільки регіональні видання освітлюють місцеві проблеми.

Держава втрачає вплив на регіони, бо політику центральної влади через фрагментарну інформованість не підтримує основна частина населення. Причому комунікативне поле особистості й різних суспільних груп звужується, що не сприяє їхнім активним комунікаціям у державному масштабі.

4. Негативні тенденції в структурі ЗМК спричиняють зменшення обсягу інформаційних ресурсів, що виявляється у витісненні періодики рекламними текстами й розважальними шоу.

5. Рівень технологічної структури національних ЗМК відстає від рівня технічної революції: аудиторія супутникового телебачення й мережевої журналістики недостатня, а вітчизняні ЗМК майже не беруть участі в процесі глобалізації національного інформаційного простору.

Отже, традиційна система ЗМК на межі тисячоліть зазнала радикальних трансформацій, і цей процес триває. Вочевидь це пов'язано з еволюцією каналів комунікації, коли разом із традиційними – *усним* і *документованим* – сформувався канал *електронної* комунікації, одним із видів якої є Інтернет. Стрімкий розвиток останнього зумовлений дуалістичною природою: з одного боку, він є інформаційним *джерелом*, а з іншого – *каналом поширення*. Така дуалістичність і становить підґрунтя всіх переваг і недоліків цього виду ЗМК: змінюються типологічні параметри й характеристики системи ЗМК; актуалізуються другорядні функції для традиційних ЗМК; трансформується структура системи ЗМК; виникає колосальна юридична проблема: якщо Інтернет належить до системи ЗМК, то власникові будь-якого сайту потрібно реєструватися у відповідному державному органі. Оскільки визначити кількість інтернет ЗМК майже неможливо, адже багато з них виникають і зникають щодня, саме цей чинник – головний у розумінні місця й ролі Інтернет у системі ЗМК.

Нині, коли кількість інтернет-користувачів у нашій країні вимірюється одиницями відсотків, мережеві ЗМК не є об'єктом пильної уваги і вітчизняних дослідників, і системи керування державою. І це тоді, коли саме мережеві ЗМК – знаковий інструмент формування національного інформаційного простору з параметрами, заданими не вітчизняною системою керування. Адже саме мережеві ЗМК дають змогу «відмивати» повідомлення про ті чи інші факти або події, коли високотиражне друковане видання спочатку вміщує повідомлення в Інтернеті, а потім з посиланням на нього передруковує на своїх сторінках. Інакше кажучи, лише той зміст Інтернет, що буде переказано в мас-медіа, матиме певне значення [3, с. 217].

Сприйняття ЗМК як складного багатофункціонального комплексу допомагає вивчати їх у вигляді системи на основі системного підходу й структурно-функціонального аналізу. Отже такі ЗМК повинні відповідати вимогам: 1) оптимальній організованості елементної бази: технологічних, економічних, редакційних, аудиторних, кожен елемент котрої активно взаємодіє зі середовищем та один з одним, а їх сукупність і технології взаємозв'язків сприяють стійкості системи ЗМК; 2) багатофункціональній готовності стосовно забезпечення інформаційних потреб особистості, суспільства й цивілізації; 3) наявності розвинутої інфраструктури ЗМК, яка гарантує виконання функцій, охоплюючи адміністративно-управлінські служби в складі редакцій; цілісності, незважаючи на різноманітність видів і типів ЗМК, системи, спрямованої на формування єдиного національного або глобального інформаційного простору, що забезпечує континуально-безперервну взаємодію усіх елементів ойкумени.

*Цілісність системи ЗМК.* Інформаційні зв'язки, створені системою ЗМК, поєднують соціальну систему держави й цивілізації. Життєздатність такого поєднання

визначається можливістю участі кожного члена суспільства в ціннісно-орієнтаційних та організаційно-управлінських процесах у суспільстві. Провідний суб'єкт цих процесів – журналістика, яка фактично визначає громадську думку, а отже, й свідомість.

Масові комунікації, формуючи систему інформаційних відносин суспільства, забезпечують цілісний характер ЗМК у випадку, коли вони: задовольняють інформаційні потреби особистості, різних суспільних груп та організацій, допомагаючи їхній активній участі в усіх сферах життєдіяльності суспільства; сприяють координації членів суспільства на засадах спільно створених моделей поведінки кожного соціального суб'єкта; об'єктивно відображають умови життя суспільства, продукти духовної діяльності людей, котрі збагачують суспільну свідомість, оптимізують процеси ціннісно-орієнтаційної діяльності суспільства; залучають до виробництва нових знань творчі сили, які створюють і збагачують духовний потенціал суспільства, зумовлюючи суспільний прогрес.

Нині розглядати цілісність глобальної системи ЗМК, об'єднаних ідеєю єдиних для цивілізації цінностей, немає підстав. Хоча потрібно постійно пам'ятати, що світові інформаційні агентства істотно впливають на громадську думку цивілізації. Ймовірно, проблему цілісності глобальної системи ЗМК ще належить усвідомити і лише після цього братися до її розв'язання.

Цілісність національної системи ЗМК будь-якої держави в сучасних умовах зазнає серйозних випробувань, адже внутрішній і зовнішній тиски на національний інформаційний простір сприяють утворенню інформаційних чорних дірок, що руйнують цілісність простору, внаслідок чого руйнують зв'язки між членами суспільства, особистістю й суспільством, державою й громадянами, регіонами й центром. Безперечно ці проблеми належать до проблем інформаційної безпеки держави, оскільки лише цілісний характер національної системи ЗМК:

- дає змогу адекватно усвідомлювати умови власного існування як особистості, формуючи громадянську позицію й модель поведінки;
- уможливує розроблення технології переходу духовних продуктів у суспільну свідомість, що має різні аспекти: ідеологічну й суспільну мораль, політичну й правову свідомість, релігію, мистецтво, науку, а також різні його стани – громадську думку та суспільний настрій;
- допомагає процесу вироблення й поєднання інтересів різних верств суспільства;
- забезпечує комунікації всіх членів суспільства, об'єднуючи його в одну націю.

Однак процес входження доволіної держави у міжсередовищний інформаційний простір має як позитивну, так і негативну складові, коли можливість доступу до глобальних інформаційних ресурсів супроводжується значним зниженням рівня захищеності національного інформаційного простору. Для тоталітарних і посттоталітарних держав цей негатив виявляється у низькому відсотку довіри суспільства до вітчизняних ЗМК і високому ступені залежності ЗМК від олігархічної та політичної еліт, яким притаманні відчуженість від реального життя громадянського суспільства, порушення цілісності системи ЗМК.

Цілісність системи ЗМК порушується коли:

- Члени суспільства не мають однакових можливостей доступу до відкритих інформаційних ресурсів;



- суб'єкти соціальних процесів не володіють однаковими можливостями у поширенні своїх поглядів, збагаченні й розвитку духовного потенціалу суспільства;
- система ЗМК перешкоджає масовим комунікаціям на державному, регіональному й глобальному рівнях;
- члени суспільства не мають технології консолідації та організаційної єдності.

Масові комунікації в суспільстві забезпечуються друком, телебаченням, радіомовленням, Інтернет, причому не лише для спілкування, а й для того, аби під час спілкування: пізнавалися об'єктивні умови життя суспільства й засвоювалися результати цього пізнання усім соціумом; формувалися ідеологічні і політичні установки, отже, прогнозувалася поведінка; створювалися перспективи матеріальної та духовної реальності, вироблялися єдині цілі й програми дій, адекватних до існуючих у державі умов.

#### *Середовище системи ЗМК.*

Найважливіша умова оптимального функціонування системи ЗМК - її нерозривний взаємозв'язок зі середовищем, де вона функціонує, і взаємозалежність від нього. Принципово важливо розуміти, що, формуючи середовище, система ЗМК зазнає й відповідного інформаційного тиску, який трансформує саму систему ЗМК.

Середовище національної системи ЗМК складається з двох підсистем з власними елементними базами:

1. Техніко-технологічної: устаткування; програмне забезпечення; система управління техніко-технологічною підсистемою;
2. Гуманітарної: продукти духовних – морального, морально-етичного, нормативно-правового компонентів культури, які формують мінісеціосферу; системи управління суспільством.

Для реалізації комунікативних функцій системи ЗМК існують ЗМК різної спрямованості: суспільно-політичні ЗМК, що забезпечують діалог суспільства й влади; навчальні й навчально-методичні, освітні видання й передачі; виробничі, фахові, галузеві й інші ЗМК.

Для того, аби комунікативні функції різної соціальної спрямованості реалізувалися системою ЗМК, існує система редакційних функцій, які забезпечують організацію роботи редакції - планування, рецензування, загальне, наукове, літературне, художнє, технічне редагування і под. Реалізація комунікативних функцій залежить не лише від контенту творів авторів, а й від якості виконання системою управління ЗМК функцій. Саме на цьому етапі постають дві основні проблеми системи ЗМК: 1) *Медіатизації політики*, коли ЗМК порушують формат своєї комунікативної діяльності й втручаються у політичну сферу; 2) *Політизування ЗМК*, коли політика вторгується політики у функціональну сферу ЗМК.

Подібні проблеми виникають за порушення правил гри: формату меж функціонування ЗМК і політики, ЗМК й економіки чи ЗМК та культури. Водночас ЗМК зобов'язані реагувати на актуалізацію тих або інших функцій політики, мистецтва, науки, щоб урахувати зміни у своїй діяльності. Результати досліджень вітчизняних ЗМК засвідчують: як у політичному середовищі, так і в середовищі ЗМК немає чіткого розуміння формату функціонування політичної системи й системи ЗМК, – очевидна спадщина тоталітарного минулого певний час ще виявлятиметься в цих сферах життєдіяльності суспільства і впливатиме на них.

Однак для прийняття вивіrenих політичних рішень необхідний увесь спектр відомостей і даних стосовно згадуваної проблеми, зокрема думок і пропозицій громадян, котрі беруть участь у політичному процесі. Нині можна констатувати, що цей спектр має чітко фрагментарний характер. ЗМК обмежують не тільки власні можливості в забезпеченні оптимального функціонування органів влади, а й можливості участі суспільства в керуванні державою. Така сама ситуація простежується і у сфері інформування населення про політичні рішення, які приймаються, і у сфері контролю процесу виконання ухвалених рішень.

До причин процесу амбівалентності й віддалення громадян від влади належить «дистанціювання журналістики від проблем та інтересів суспільства» [4, с. 7]. Компоненти ЗМК, - аудиторність і новостійність – з метою забезпечення взаємодії суспільства і влади в державному форматі повинні охоплювати значну частину соціуму. Інакше кажучи, структура аудиторії ЗМК має максимально відповідати соціальній структурі суспільства, а новостійність — максимально охоплювати всі сфери життєдіяльності суспільства. Причому типи відносин і комунікативні стратегії функціонування суспільства визначає система управління державою.

Нині існують типи комунікативних стратегій, що різняться ступенем відкритості й способом комунікації: презентаційний – пасивна комунікація, маніпуляційний – активна комунікація, конвенціональний – інтерактивна комунікація. У різних комбінаціях і варіаціях три типи комунікативних стратегій співіснують майже в усіх державах, коли між комунікаторами реалізуються різні типи відносин і комунікативні стратегії: 1) суб'єкт-об'єктні відносини, коли інформувальні засоби прагнуть підпорядкувати тих, кого інформують; у такій ситуації застосовуються маніпулятивні комунікативні стратегії; 2) суб'єкт-суб'єктні – відносини рівноправної співпраці й партнерства, які дають змогу кожному учасникові соціальних дій одержувати зі суспільної сфери й передавати суспільству всі відомості й дані, які цікавлять його і суспільство, погоджуючи в такий спосіб свою діяльність із процесами суспільних дій, а маніпулятивні комунікативні стратегії заміщаються конвенціональними стратегіями, основою яких є діалог рівних, інтерактивність. Відповідно на зміну приховуванню, спотворенню, нав'язуванню даних, підпорядкуванню інтересів суспільства інтересам правлячих режимів мають прийти повне врахування і задоволення потреб суспільства, широкий доступ і виробників, і споживачів до національних та глобальних інформаційних ресурсів, тобто необхідний постійний полілог усіх учасників суспільних процесів.

Нині розвивається новий тип інформаційних відносин, хоча політичні й економічні реалії суспільного життя обмежують просування демократичних процесів, істотно впливаючи на систему ЗМК. Соціально-політичні проблеми перешкоджають також становленню відкритості суб'єктів суспільних відносин, гальмують розвиток плюралізму й толерантності, терпимості до інакомислення й полілогу виробників і споживачів ЗМК – основних елементів відкритого суспільства. Відкрите суспільство – це соціальне середовище, яке живе у форматі права й діалогу, де домінує критичне мислення.

Безсумнівно, створення такого суспільства в Україні – тривалий процес, а роль ЗМК у цьому процесі – винятково велика. Найважливішою умовою організації й функціонування системи ЗМК є політичний режим, що керує суспільством. Диктаторські, тоталітарні й авторитарні режими ліквідують опозиційні ЗМК або перетворюють їх на слухняний інструмент влади. У відкритому суспільстві ЗМК можуть



повністю виконувати соціальні функції, забезпечуючи співпрацю між владою й суспільством, постаючи дієвим засобом контролю громадськості за діяльністю владних структур.

До основних проблем системи ЗМК у державах перехідного типу належить питання «нероздільності бізнесу й влади, коли симбіоз влади й капіталу деформує й дезорганізує ЗМК так, що вони майже не мають можливості виконувати свої найважливіші функції» [10, с. 253]. В українській дійсності спостерігаємо вияви асоціальної та політизованої журналістики. Очевидно, до порушення й, вірогідно, руйнування демократичних прав і свобод призводить активне використання ЗМК у вигляді інформаційної зброї в досягненні політичних і/або економічних преференцій.

*Типологія ЗМК.* Для встановлення істотних ознак, зв'язків, функцій, відносин та рівнів організації об'єктів типологію ЗМК визначають методом наукового пізнання, в основу якого покладено виокремлення елементної бази системи та її синтез за допомогою узагальненої ідеалізованої моделі. Типи ЗМК досліджують з метою виявлення подібності й відмінності об'єктів, що вивчаються, та способів їхньої ідентифікації, а в теоретичному вигляді – відображення будови системи й встановлення закономірностей її функціонування. Разом із теоретичною типологією визначають емпіричну (за її основу взято кількісне опрацювання й узагальнення дослідницьких даних) – фіксацію стійких ознак подібності й відмінності, систематизацію й інтерпретацію одержаного матеріалу.

Типологізація системи ЗМК допомагає: 1) установлювати відповідність довільного ЗМК науково обґрунтованій моделі того чи іншого виду ЗМК; 2) визначити типологічні властивості, які втілені, відсутні або недостатньо виявляються в конкретному ЗМК; 3) формувати концепцію й прогнозувати розвиток довільного ЗМК; 4) прогнозувати розвиток і окремих видів ЗМК, і системи ЗМК загалом; 5) установити потенційні ніші на ринку інформаційних послуг; 6) розкривати механізми реалізації системних закономірностей ЗМК; 7) класифікувати й систематизувати всі компоненти ЗМК.

Зберігаючи дух недалекого тоталітарного минулого, нині національні й регіональні ЗМК України багато в чому дублюють один одного, що не сприяє різноманітності їхнього змісту й обмежує повноту інформування аудиторії. Такий прояв недоліків культури інформування - один із наслідків недостатнього використання типології ЗМК. Оскільки типологія журналістики пов'язана з реальною ситуацією функціонування ЗМК, її необхідно застосовувати у сфері інформаційної політики як окремого ЗМК, так і державних інституцій. Інформаційна політика допускає різні способи ведення масової інформаційної діяльності, котрі значною мірою залежать від комунікативних функцій державних органів і недержавних організацій, що здійснюють інформаційну політику щодо ЗМК, будучи їхніми власниками, видавцями або спонсорами. Використовуючи типологію журналістики й повертаючи дослідників до формування й реалізації інформаційної політики, можна домогтися оптимальної організації інформаційної сфери. Однак практика пострадянських держав засвідчила: діяльності різних міністерств, медіахолдингів і суспільних організацій явно не вистачає типологічної культури організації діяльності системи ЗМК, наслідком чого і є фрагментарність, інформаційна уразливість національних інформаційних просторів.

Сучасна наука до розуміння типології має декілька підходів, створених на основі характеристик змісту поняття «тип». Це:

1. *Теоретична модель типу*, що ґрунтується на розумінні типу як особливого методологічного засобу, за допомогою чого будується теоретичний інформаційний образ середовища. Теоретична модель має основні складові статистичної й динамічної моделей і використовується для порівняльного аналізу істотних ознак, зв'язків, функцій, відносин і рівнів організації існуючих і розділених у часі системних об'єктів. У цій моделі поняття типу не безпосередньо взяті з реальності, а становлять результат абстрактного мислення, що теоретично реконструює найістотніші характеристики безлічі об'єктів, котрі досліджуються, й об'єднує їх у понятті типу. В теоретичній моделі тип постає у вигляді ідеального, а не замітника діючого об'єкта.

Такий підхід дає змогу відмовитися від трактування типу як повного й однозначного відображення системи, коли це здійснюється окремими елементами системи, формуючи різні її моделі, що будуються на тій або іншій типологічній ознаці. Теоретична модель допомагає сформуванню ідеальної моделі досліджуваної системи, а потім порівняти її функціонування з тим, як реально виконуються такі функції досліджуваною системою. Ідеальні моделі можна створювати з урахуванням інших системних складових типологічної групи, зокрема інформаційної, технологічної, економічної, аудиторної й інших моделей. Багатоаспектний типологічний аналіз відображає теоретично обґрунтовану цілісну картину й уможливорює повніше використання не лише описових, а й прогностичних функцій науки [6].

Методологія теоретичної моделі дає змогу творити багатофакторні моделі журналістики, котрі ґрунтуються на її закономірностях і методологічній основі інших наук, а також виявляти позитивні й негативні тенденції у функціонуванні журналістики як системи, виробляти науково обґрунтовані рекомендації перетворень у журналістиці відповідно до розроблених моделей;

2. *Прикладна модель типу*, що містить два підвиди: а) *Статистичну модель типу*, в основу якої покладено архетип – константа, незмінна в часі, або інші першооснови, які невіддільні часу; таке розуміння значення типу вільно чи мимоволі протиставляє типологічне мислення еволюціоністському; потрібно визнати, що пошуки першооснови різних типів ЗМК відіграють важливу роль у виявленні істотних особливостей, характеру цілісності цієї або іншої типологічної групи, оскільки допомагають дослідникові зосередити увагу на її головних якісних характеристиках, чіткіше співвіднести загальне, особливе й одиничне в пізнавальному процесі; б) *динамічну модель типу*, в основу якої покладено уявлення про типологію як про відображення системи в розвитку. Визначною рисою динамічної моделі є істотна роль часу в побудові й обґрунтуванні, що дає змогу чіткіше виявляти трансформації в тому чи іншому типі досліджуваних об'єктів у контексті трансформації середовища функціонування – природи й суспільства. При цьому в динамічній моделі акцентується на характері еволюції об'єктів, які вивчаються, що дає змогу повніше зобразити процес трансформації журналістики й застосовувати системний підхід до дослідження ЗМК у довільні історичні періоди. Отже, типова характеристика ЗМК допомагає, з одного боку, об'єднувати ЗМК за загальною для них ознакою, а з іншого – розрізнати їх. Імовірно, найзначущіша систематизація ЗМК може бути реалізована тоді, коли за її основу взяти ставлення ЗМК до політичного режиму. За такого підходу визначають моделі журналістики:

– *інструментальну*, в контексті якої ЗМК вважають інструментом політики, що повністю залежний від політичного режиму, на догоду котрому ЗМК обмежують

політичний плюралізм, порушують принцип толерантності й терпимості до публікацій інших політичних поглядів;

– «четвертої влади», що відображає процеси становлення відкритого суспільства; ця модель припускає вільну участь усіх політичних сил у діяльності ЗМК, до того ж, не лише висловлювання своєї думки з проблем формування та реалізації політики, а й участь громадськості в контролі владних структур.

Підсумовуючи, доходимо висновку: типологію журналістики доцільно використовувати для порівняльного аналізу головних ознак ЗМК:

1. *Технологічних*: використання комунікаційних технологій, зокрема преси, радіо, телебачення й Інтернет як технологічних систем; формат видань і програм; наклад, обсяг видання, тривалість мовлення; періодичність виходу – щоденна газета, тижневик, щомісячний журнал, час виходу – ранкова газета або нічна програма телебачення.

2. *Економічних*: за формою власності – державна, приватна, змішана, суспільних організацій, з іноземним капіталом; за характером інвестицій, переважаючих у редакційному бюджеті, – за рахунок держави, спонсорів, змішані; за наслідками господарської діяльності – прибуткові, збиткові або неприбуткові.

3. *Аудиторних* – залежно від аудиторії: вікові; соціальні; професійні.

4. *Редакційних*.

5. *Цільових* – призначення ЗМК за особливостями здійснюваних функцій.

6. *Організаційних* – залежно від характеру засновників, видавців, власників ЗМК: організаційно-правові – ВАТ, ЗАТ, АТЗТ, ТОВ; організаційно-політичні, засновником або видавцем яких є державні, партійні, профспілкові або цивільні структури; організаційно-економічні, галузеві і/або корпоративні; наукові й освітні організації; творчі союзи і/або театральні товариства.

*Аудиторія системи ЗМК*. Залежно від характеру аудиторії визначають типи ЗМК:

1. *Національні або загальнодержавні*, до яких належать: універсальні чи спеціалізовані за функціями й тематикою, аудиторія котрих охоплює значну частину суспільства, яка проживає на всій території країни; «якісні» видання і/або програми, універсальні або спеціалізовані за функціями, тематикою й адресовані представникам розумової праці, в тому числі ділові, що забезпечують комунікації між представниками бізнесу; спеціалізовані за окремими аудиторними групами в промисловості, сільському господарстві та в інших галузях виробництва, освіти, культури, а також адресовані представникам різних професій, зокрема корпоративним ЗМК; бульварного типу, орієнтовані на психологію натовпу, на його потреби й інтереси, на нижчі рівні масової свідомості; вікові - для дітей, підлітків, молоді, людей середнього віку, літніх людей; гендерні; батьківські; етноконфесійні; партійні.

2. *Внутрішньодержавні або місцеві*, до яких належать ЗМК: етнічних общин; обласних, міських і районних територіальних громад; галузеві, тобто для працівників окремих галузей промисловості, сільського господарства, транспорту, установ науки, культури.

Усередині кожної з названих груп ЗМК може бути реалізована власна диференціація, що ґрунтується на функціях і тематиці ЗМК.

Вплив аудиторних потреб на типологічну структуру ЗМК зростає, хоча аудиторний чинник ще не став домінуючим щодо дії напроцеси структуризації ЗМК. Адже за суттю масова комунікація – це інформаційний обмін між членами суспільства, які беруть участь у тій чи іншій діяльності: політичній, економічній, соціальній. Ось

чому аудиторний чинник пов'язаний із процесами розподілу суспільної праці. Територіальний розподіл праці, інформаційна взаємодія між різними групами всередині території, між різними територіальними утвореннями, між регіонами й центром має вагомe значення в консолідації суспільства, а тим паче - суспільства перехідного типу.

*Інформаційний продукт системи ЗМК.* Система ЗМК має колосальну сферу відображення – наочне середовище, що містить твори науки, мистецтва, літературної діяльності журналістів, які створюються учасниками політичної, економічної й соціальної діяльності. У процесі взаємодії із ЗМК значна частина цих продуктів стає надбанням громадськості, оскільки становить складову всіх видів ЗМК і споживається масово аудиторією. Проблема полягає в тому, щоб соціально значущі дані повністю відображалися ЗМК і різні види духовної діяльності не обмежувалися процесами наукового, художнього, публіцистичного пізнання дійсності й не лише охоплювали нові знання, а й активно насичували такими продуктами духовний потенціал суспільства, залучали до їхнього виробництва широкі маси.

Сьогодні простежуємо значний розрив між інформаційними продуктами, накопиченими у сферах духовної й практичної діяльності, та продуктами, які одержують за допомогою ЗМК актори соціальних процесів. Так, спостерігаємо ангажований «порядок денний» національних теле- й радіоканалів та ангажоване трактування освітлюваних ними подій. Причому на тлі надмірного політизування національного інформаційного простору (не в напрямі загальнонаціональних інтересів) недостатньо уваги приділяється загальнодержавним, загальнонаціональним подіям, зокрема проблемам становлення громадського суспільства. Матеріали ангажованої політичної спрямованості, питання політики, влади, управління переважають у тематичній структурі інформаційних блоків і видань, помітно перевершуючи життєво важливі проблеми економічної політики, духовного життя й прав громадян. Виникає невідповідність між реальним світом і тим, яке уявлення про нього отримує людина зі ЗМК.

Інформаційний образ середовища, неадекватний реаліям, породжується внаслідок зниження якості інформаційних продуктів: скорочується їх повнота й різноманітність; зростає потік ангажованих матеріалів; збіднюється жанрова палітра; посилюється та стає практично обов'язковою орієнтація на сенсаційність матеріалів; відбувається часте спотворення мови, насичення її жаргонним, вульгарним або вульгарним сленгом [9]. Інформаційна підсистема ЗМК – це передусім контент ЗМК, який поширюється в середовищі масової аудиторії й засвоюється нею. Її носіями є масові інформаційні продукти: номери газет, журналів, книжкова продукція, ефірна продукція телебачення й радіомовлення, стрічки інформаційних агентств і сайти мережевих ЗМК. Залежно від типів інформаційних продуктів, що виробляються ЗМК, їх поділяють на універсальні й спеціалізовані. *Універсальні* ЗМК одночасно можуть містити наукові, літературні, художні й журналістські твори, *спеціалізовані* – твори, присвячені політичній, економічній або соціальній темі.

Особливості інформаційних продуктів впливають на форму їхнього подання споживачам: *оперативний* подієвий інформаційний продукт подають в інформаційних випусках телебачення й радіомовлення, мережевих on-line ЗМК, *аналітичний* інформаційний продукт – в аналітичних програмах і виданнях.

Характер інформаційного продукту зумовлює наклад та обсяг видання, тривалість мовлення, періодичність – щоденна газета, тижневик, щомісячний журнал і час виходу – ранкова, вечірня газета, нічна програма телебачення, радіо.

Інформаційний продукт можна розглядати крізь призму тексту, графіки, відео або аудіо. Отже, за змістом інформаційної сфери ЗМК вирізняють такі інформаційні продукти: публіцистичний; художній; науковий; навчально-освітній; політичний, правовий, економічний та інших видів управління; суб'єктів виховання, зокрема сімейного, дошкільного, шкільного й вишівського; суб'єктів пропагандистсько-агітаційної діяльності, PR-діяльності державних і недержавних структур, у тому числі політичних партій, рухів і суспільних організацій; статистичний; довідковий.

Натомість кожен тип інформаційних продуктів диференціюють за функціями. Так, у журналістському інформаційному продукті виокремлюють функції: новинну; аналітичну; ту, що розслідує; художньо-публіцистичну.

ЗМК можна також диференціювати за тематикою інформаційного продукту. Це типи: універсальний; економічний; політичний; правовий; культурологічний,

За жанрами визначають: репортаж; інтерв'ю; кореспонденція; стаття; нарис; фейлетон.

#### *Призначення системи ЗМК.*

Інтегральний результат функціонування ЗМК – це соціальна взаємодія всього суспільства, ґрунтованого на розгалуженій сукупності функцій ЗМК як комунікативної системи, що використовує комунікативні потреби тих, кого інформують, та тих, хто інформує, і сприяє гармонізації їхніх інтересів. Отже, вагомою типологічною ознакою ЗМК є їхнє цільове призначення.

На типологічну диференціацію впливають не лише різноманітні інформаційні, аналітичні й публіцистичні функції журналістики, а й комунікативні функції політики, економіки, науки, мистецтва, сфер освіти й виховання. Саме на їхніх засадах у ЗМК формуються видання й програми: 1) публіцистичні, які у творах жанрів журналістики відображають публічну сферу, поточну дійсність; 2) літературні; 3) художні; 4) художньо-публіцистичні; 5) літературно-художні; 6) культурно-освітні; 7) для розваг, ігор, проведення дозвілля; 8) навчальні й методичні; 9) наукові; науково-популярні; 10) науково-практичні; 11) науково-виробничі; 12) виробничо-практичні; 13) офіційно-документальні; 14) релігійні й рекламні.

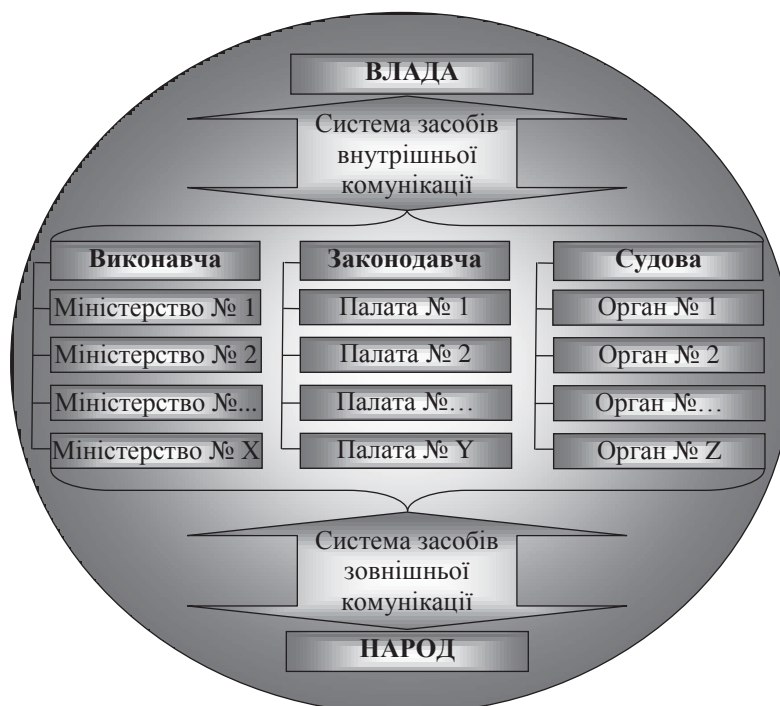


Рис. 1. Структура системи засобів внутрішньої (владної) і системи засобів зовнішньої (масової) комунікації.



Система ЗМК диференціюється за цільовим призначенням з урахуванням особливостей їхньої участі в здійсненні функцій політики, економіки, у підтримуванні політичних або релігійних установок. Видання й програми можуть бути лише пропагандистськими, залучаючи маси до лав прибічників тих чи інших партій, рухів, громадських організацій, або корпоративними. ЗМК можуть входити до складу медіагруп, лояльних або опозиційних до влади, сповідувати весь спектр політичних поглядів, дотримуватися різних ідеологічних концепцій, зокрема ліберальних, комуністичних, націонал-патріотичних або соціал-демократичних. За цими ознаками ЗМК мають змогу належати до однієї з двох груп – провладної чи опозиційної.

Залежно від вибраної комунікативної стратегії ЗМК можуть бдо груп маніпулятивних, конвентивних або презентативних ЗМК.

Відповідно, функціонування системи ЗМК як політичного процесу зображають у вигляді схеми (рис. 1)[8; с. 272].

Еволюція інформаційних засобів і технологій впливу людини на довкілля неминуче змінює і сам світ – середовище проживання, і саму людини, яка знову ж таки внаслідок еволюції інформаційних засобів і технологій впливу ще значніше змінює світ. У зв'язку з цим еволюція ЗМК і технологій впливу людини на людину лише прискорює процес трансформації індивідуальної і масової свідомості. Сьогодні трансформація масової і, а відтак індивідуальної свідомості цілеспрямованим постачанням людському мозку ЗМК заданими програмами поведінки сприяє формуванню, так би мовити, нової породи людей і загалом – народів. Учений С. Расторгуєв стверджує: «Сама людина потрапляє з-під оптичного прицілу вогнепальної зброї під приціл інформаційної зброї, яка, на перший погляд, невидима, немов повітря, і дає змогу не лише безкарно грабувати банки, а й знищувати держави, змінюючи всю карту планети» [5, с. 423].

Фактично проблема функціонування системи засобів масової комунікації у вигляді окремої держави та цивілізації узагалі на початку третього тисячоліття досягла ситуативно-історичного піку: політичний процес без функціонування системи ЗМК практично неможливий. Несанкціоноване використання нових інформаційних просторів і середовищ циркуляції інформації поставило питання керованості інформаційними процесами – фактично проблему інформаційної безпеки держави – в основу всієї і внутрішньої, і зовнішньої політики не тільки світових лідерів, а й довольної держави в принципі, причому незалежно від науково-технічного рівня розвитку держави.

#### Список використаної літератури

1. *Авдиенко Д. А.* Влияние в процессе политической коммуникации.[Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://politjournal.spb.ru/1201/120106.html>.
2. *Винер Н.* Кибернетика и общество / Н. Винер; под общ. ред. Э. Я. Кульмана. – М.: Иностран. лит., 1958. – 325 с.
3. *Засурский И.* Масс-медиа второй республики / И. Засурский – М.: МГУ, 1999. – 283 с.
4. *Массовая коммуникация в современной России* / под ред. В. Д. Попова. – М.: РАГС, 2003. – 316 с.
5. *Расторгуев С. П.* Философия информационной войны. – М.: МСПИ, 2000. – 265 с.
6. *Старіш О. Г.* Інформаційний вимір цивілізації / О. Г. Старіш // Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. – К.; 2010. – Вип. 3. – С.168–176.



7. *Старіш О. Г.* Інформація як структуротворний феномен (Контекст управління. Теоретико-методологічні засади трансформації свідомості. Глобальна інформаційна матриця) // *Наук. зап. Ін-у журналістики: наук. зб.* – К., 2011. – Т. 44. – С. 63–85.
8. *Старіш О. Г.* Політичний менеджмент: навч. посіб. / О. Г. Старіш. – Острог: НУОА, 2014. – 272 с.
9. *Тавокин Е. П.* Журналистика и политические коммуникации в информационном обществе / Е. П. Тавокин. – М., 2004.
10. *Чічановський А. А.* Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. – К.: Грамота, 2010. – 568 с.
11. *Robertson D. S.* The New Renaissance: Computers and the Next Level of Civilization / D. S. Robertson. – New York: Oxford University Press, 1998.

*Стаття надійшла до редколегії 15.04.2015*

*Прийнята до друку 01.07.2015*

#### **OPERATION OF SYSTEM'S MASS COMMUNICATION AS A POLITICAL PROCESS**

**Oksana Il'nyts'ka**

*Crimean Institute of Economics Vadym Hetman Kyiv National Economic University,  
Faculty of Finance and Economics, Department of Social Sciences,  
st. Sevastopol 21/4, 95000, Simferopol, Ukraine,  
e-mail: ok\_s\_ana@mail.ru*

The article attempts to classify the system media and the study of their functioning as a political process.

*Keywords:* information, communication, the system structure of the mass media, the political process.

#### **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС**

**Оксана Ильницкая**

*Крымский экономический институт КНЭУ им. В. Гетьмана  
финансово-экономический факультет, кафедра общественных наук,  
ул. Севастопольская 21/4, 95000, г. Симферополь, Украина,  
e-mail: ok\_s\_ana@mail.ru*

Предпринята попытка классификации системы средств массовой коммуникации. Исследуется их функционирование как политического процесса.

*Ключевые слова:* информация, коммуникация, структура системы средств массовой коммуникации, политический процесс.