

**Денис Кіслов**докторант кафедри державного управління і менеджменту  
НАДУ при Президентіві України, к.політ.н., доцент**МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СИСТЕМА СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ**

В статті розглядаються теоретичні та практичні основи функціонування масових комунікацій як систем соціальної взаємодії держави та суспільства в умовах сучасного етапу глобалізації.

**Ключові слова:** взаємодія, держава, інформація, комунікація, маси, системи, масові комунікації, соціальна взаємодія, сучасна глобалізація.

**Denys Kislov****MASS COMMUNICATION AS A SYSTEM OF SOCIAL INTERACTION**

In the article discusses the theoretical and practical basis for the functioning of mass communication as social interaction of state and society in the modern phase of globalization.

**Keywords:** interaction, state, information, communication, supply, system, mass communication, social interaction, contemporary globalization.

**Денис Кіслов****МАССОВАЯ КОМУНІКАЦІЯ КАК СИСТЕМА СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

В статье рассматриваются теоретические и практические основы функционирования массовых коммуникаций как систем социального взаимодействия государства и общества в условиях современного этапа глобализации.

**Ключевые слова:** взаимодействие, государство, информация, коммуникация, массы, системы, массовые коммуникации, социальное взаимодействие, современная глобализация.

Масові комунікації або мас-медіа є інституціоналізованим систематичним виробництвом символічної інформаційної продукції та кількісно великого (масового) розповсюдження й накопичення її сучасними інформаційно-комунікаційними засобами (ЗМІ та ЗМК) з метою впливу на свідомість, думки, оцінки та поведінку людей як особистостей, так і необмежених аудиторій. Таке трактування вже вказує на велике значення сучасних мас-медіа в життєдіяльності людства, показує значний, а іноді – вирішальний вплив на стан та розвиток соціуму.

Отже, актуальність та необхідність постійного дослідження трансформацій форм і способів функціонування масових комунікацій як невід'ємних систем соціальної взаємодії є не тільки безперечним, але й імперативним фактором і елементом існування та розвитку методології державного управління на сучасному етапі глобалізації.

Теоретичними проблемами масових комунікацій в Україні почали займатися у другій половині ХХ століття, переважно в останній його чверті. Серед основних теоретичних праць цього напрямку досліджень слід вказати на роботи В. Бебика, В. Владимириова, О. Зернецької, Н. Дніпренко, В. Іванова, С. Квіта, О. Коновця, В. Різуна, О. Холода, В. Шкляра. За останні десятиліття сформувалися з цієї тематики наукові школи в Київському національному університеті ім. Т. Г. Шевченка, у Національному університеті «Києво-Могилянська академія» та в ряді інших науково-освітніх закладів України.

Проблемам глобального розвитку масових комунікацій та ролі влади, впливових медіагравців присвячені роботи О. Зернецької, яка в останніх колективних монографіях під редакцією О. Білоруса зробила аналіз діяльності сучасних мас-медіа в соціально-економічному конкурентному просторі, а також їх зв'язків з кор-

поративними системами [1; 2]. Природа мас та їх історичний розвиток в контексті соціальних трансформацій розглянуті в працях В. Різуна з теорії масових комунікацій. В останні десятиріччя коло дослідницьких робіт з цих питань значно поширилось в контексті їх розгляду в межах соціальних комунікацій [3].

Проблемам інформаційної та політичної безпеки масових комунікацій і сучасному інформаційному протистоянню в світовій практиці присвячені роботи Д. Дубова, Д. Кісова, М. Ожевана, Г. Почепцова.

В іноземній літературі теоретичні проблеми масових комунікацій почали активно розглядатись з 30-х–40-х років ХХ століття. Традиційно першими засновниками теоретичного надбання з цих проблем вважають дослідження П. Лазерсфельда, Г. Лассуелла та Г. Года. Пізніше над комплексом проблем масових комунікацій працювали дослідники з різних галузей знань, в тому числі такі фахівці: Т. Адорно, Р. Барт, Д. Берло, М. Дефлер, М. Маклюєн, Г. Маркузе, А. Моль, Ч. Пірс та Ф. де Соссюр. Вагомий внесок у дослідження медіакультури зробили Ж. Бодріяр, П. Бурдьє, Г. Дебор, У. Еко, Х. Ортега-Гассет, Ф. Уєбстер та інші фахівці. Серед російських дослідників слід відзначити праці І. Алексєєвої, Г. Бакулева, Л. Землянової, В. Іноземцевої, Л. Матвеєвої, М. Назарова, В. Попова, А. Соколова, які розглядали соціальні, психологічні, культурологічні та деякі інші проблеми розвитку сучасних масових комунікацій.

Мета – представити наукове осмислення феномена масових комунікацій як цілісної системи соціальної взаємодії.

Методологія дослідження: системне трактування проблеми та застосування інституціональних підходів або визнаних теорій до результатів дослідження. Масові комунікації сучасності одночасно виступають у декількох системних виглядах: як системи соціальної

взаємодії, як системи когнітивної діяльності, як системи влади, як системи зворотного зв'язку тощо [4]. Соціальний досвід і знання людей при цьому формуються в наш час із двох основних складових. По-перше, це наявність безпосередніх контактів, а по-друге сприйняття подій та явищ, що опосередковані засобами масової інформації (мас-медіа).

Інституціоналізація соціальних взаємодій неодмінно веде до поширення можливостей, значення й ролі засобів масової інформації та комунікації в умовах формування в Україні інформаційного суспільства. Тому аналіз масових комунікацій слід проводити в якості однієї з трансформаційних систем, що виконують соціальні та політичні функції у національних державах та міжнародних утвореннях.

Ключовим у визначенні трансформацій масових комунікацій є поняття системи. Інші предикати лише уточнюють різні аспекти застосування цього поняття, закріплюючи за певними видами систем конкретні змістовні ознаки. Оскільки система у філософському та управлінському розумінні цього поняття визнається як цілісна сукупність визначених елементів, поміж яких існує закономірний зв'язок або взаємодія, то якісні елементи такої системи (редакційні, журналістські та інші інститути, канали, програми, техніко-технологічні підрозділи тощо) становлять зміст самої системи в цілому. Сукупність закономірних зв'язків між усіма елементами масових комунікацій як системи становлять внутрішню форму або її структуру [5].

Отже, тільки на основі системного аналізу та системного підходу можливо знайти науково обґрунтовані відповіді на принципові й кардинальні питання сьогодення, що стосуються: структури власності такого типу систем; характеру впливу на політичні процеси; форм сприйняття та інтерпретації аудиторіями й індивідами інформаційних продуктів; методів збудження, гальмування, нейтралізації масової поведінки, напруження або розрядки стану соціуму тощо.

✦ Масові комунікації – це соціальні інститути, що виконують завдання формування світогляду і громадської думки широких мас усіма засобами інформаційно-технологічних здобутків людства та пропаганди. До цього визначення слід додати ще одну ознаку масових комунікацій. Масові комунікації, окрім того, виступають як організаційна форма комунікацій.

М. Назаров, наприклад, звертає увагу на такі особливості мас-медіа: по-перше, на індивіда, який сприймає медіа інформацію і є, як правило, представником деякої організованої на певних умовах групи; по-друге, на відправника інформації, який теж є представником якогось інституту, що має норми, правила діяльності та умови контролю за їх виконанням; по-третє, на канали передачі інформації, які теж є складними людино-технічними системами; по-четверте, на саме формування інформаційного продукту, що є складноструктурованою інституціонально-технічною системою [6, с. 16]. Тобто, мас-медіа виступають як інститут посередницько-технологічної когнітивної діяльності.

Зростання ролі та значення масових комунікацій у всіх сферах соціальної й політичної життєдіяльності людства особливо загострило правові, формальні та неформальні підходи до правил, норм і методів їх діяльності. Науковий та практично-політичний дискурс з цих проблем не тільки загострюється і поширюється, але має серйозні наслідки у політичній, психологічній, економічній сферах та у безпеці життєдіяльності сучасного соціуму. Результатом багатьох невирішених питань, що

особливо турбують владні структури та громадянське суспільство більшості країн світу, стали проблеми медіатероризму, інформаційних і мережевих воєн, медіакратії тощо [7; 8].

С позицій інституціональних підходів слід мати на увазі такі особливості масових комунікацій, що були вказані різними дослідниками [6; 9; 10].

1. Генератором або відправником інформації (повідомлень, новин тощо) є, як правило, спеціально організовані групи – інститути, – тому що масові комунікації, як такі, є діяльністю, що заснована на системі правил і норм, а також на контролі за їх виконанням.

2. Існуючі в сучасних мас-медіа правила, норми, положення і методи є сукупністю формальних і неформальних засад, що регулюють креативну, технологічну й управлінську діяльність цих інститутів, так званої «четвертої влади».

3. Прийом інформації здійснює індивід, але ЗМІ він розглядається як представник або виразник інтересів окремих соціальних груп, прошарків населення (молоді, пенсіонерів, домогосподарок тощо). Тобто, цей індивід є деякою опосередкованою аморфною субстанцією в уявленні відправників інформації – виконавчої структури суб'єктів мас-медіа. Отже, у віртуальному сенсі ці «індивіди» виступають теж як інститути, що мають або ідентичні, або зовсім інші ціннісні орієнтири і діючі для них відповідні правила медіагрії.

4. Канали повідомлення є технологічно складними системами розповсюдження інформації, що мають у своєму складі важливі соціальні компоненти, функціонування яких теж залежить як від правил і норм соціуму, звичок і традицій аудиторій, так і від службової, корпоративної, владної, модної тощо систем тенденцій, поглядів, передумов та інших факторів нормативного і ненормативного характеру.

5. Повідомлення, програми і будь-який інформаційний продукт, що має складну структуру, виробляється на основі прийомів, методів і правил, які розроблені відповідними інститутами і технологічно реалізуються світовими й національними ЗМІ.

Сукупність представлених основних особливостей вказує на складноструктуровану інституціональну картину сприйняття, аналізу та дослідження масових комунікацій [11]. Отже, соціальна взаємодія мас-медіа та населення, яке користується телебаченням, радіо, друкованою продукцією, кінематографом, Інтернетом тощо і умовно об'єднано в різні аудиторії та групи, теж має вельми складну структуру інформаційного прямого й зворотного спілкування, зв'язку, комунікацій в цілому.

Одним із основних елементів ефективної реалізації державної політики в інформаційній сфері є контроль за організаційними методами формування та функціонування всієї інформаційної інфраструктури, особливо масових комунікацій, які слід вважати невід'ємною частиною стратегічних інформаційних ресурсів і такою, що має значення для безпеки та обороноздатності держави і продуктивності її інформаційного ринку [5; 12].

Розрізняють декілька основних функцій масової комунікації в суспільстві: інформаційну, рекреативну, мобілізаційну та соціальної взаємодії. Слід зауважити, що будь-яка з відомих класифікацій є відносною і нечіткою, тому що її функції в чомусь перетинаються між собою, а в чомусь по-різному виражені в структурі діяльності мас-медіа. Тому подалі розглянемо функції соціальної взаємодії згідно з принципами й підходами даного дослідження. Основними функціями соціальної взаємодії будемо вважати наступні:

- інтерпретацію того, що відбувається;
- підтримку нормативно-правових актів, законодавства і суспільних відносин, що склалися та існують у країні, у національному суспільстві;
- соціалізацію;
- координацію різноспрямованої соціальної активності;
- формування соціальної згоди;
- зниження соціальної напруги;
- організацію кампаній у соціальній сфері у зв'язку з певними актуальними подіями;
- ідентифікацію ціннісних соціальних настанов;
- формування основ соціальних спілкувань, діалогів тощо;
- інформаційну підтримку реалізації соціальних ролей;
- емоційну розрядку частини суспільства;
- сублімацію вільного часу як засобу діяльності, розваг;
- естетичну насолоду, сексуальні збудження тощо.

Безумовно, така внутрішня класифікація функцій соціальної взаємодії не є достатньо повною й вичерпною. Вона може бути доповнена, розширена тощо. Вона також є недостатньо чіткою та дещо суперечливою, тому що так чи інакше має перетинання з іншими функціями. Отже, представлена класифікація функцій соціальної взаємодії масових комунікацій є умовною, робочою формою її розгляду як системи. Кожний з її елементів поєднаний з іншими та з системою в цілому безліччю зв'язків внутрішнього й зовнішнього характеру.

Перед засобами масової інформації постає задача здійснення функції формування активної політичної і громадської культури, яка б дозволила суспільству, нації в цілому вийти на новий культурологічний рівень розвитку і навіть на новий цивілізаційний рівень (без чого, в принципі, неможлива інтеграція до Європейського Союзу та в інші світові структури). Якщо громадянські інститути ще слабкі й далекі від реального впливу на широкі маси, то ЗМІ ніби їх замінюють чи підмінюють і вимушені або намагаються вирішувати і цю проблему. При цьому значення і роль ЗМІ як фактора, що встановлює соціально-політичні вектори й темпи розвитку, значно збільшується [13].

За відсутності у мас довіри до центральних чи регіональних органів та структур влади всіх рівнів (що показують соціологічні опитування) ЗМІ здатні демонструвати свої організаційні можливості й у цій сфері. Те ж саме відбувається при нерішучості, непослідовності, різноплановості дій влади чи постійній неузгодженості дій різних гілок влади та їх запеклій або скритій боротьбі за вплив, за повноту влади, за бізнес-інтереси тощо. У таких випадках функція контролю за діяльністю влади, а також вплив на неї з боку ЗМІ теж зростає. Наприклад, діяльність різних телепроектів Є. Кисельова та С. Шустера, які намагаються збуджувати аудиторії телеглядачів для підштовхування владних структур до дій, їх зіткнення.

Таким чином, одним із визначальних напрямків трансформації є ступінь довіри до конкретних ЗМІ та рівень громадського контролю за їх діяльністю, що забезпечений повнотою національного законодавства. Недосконалість правового поля обумовлює існування значної кількості відповідних ознак масових комунікацій у перехідні періоди розвитку пострадянських країн. Стара законодавча база не відповідає новим сучасним вимогам та рівню економічних і політичних змін, а нове законодавство залишалося неповним протягом певного

часу, тому що опосередковано відображало зіткнення політичних інтересів різних гілок влади та політичних сил при слабкості суспільних, а також корпоративних структур, наприклад таких, які призначені для захисту інтересів журналістів.

Існують і суто специфічні характеристики масових комунікацій, притаманні тільки деяким країнам. Наприклад, у багатонаціональних країнах процеси політичної трансформації на етнічно-територіальному чи мовному ґрунті можуть вести до виникнення вогнищ сепаратизму і з позицій національної безпеки можуть нести загрозу розпаду держави. Існує і така особливість, як неоднорідність розповсюдження інформації у регіонах і неоднозначність впливу на ці регіони інформаційних потоків із сусідніх країн. Через масове скорочення накладів центральних видань успіхом почали користуватися деякі регіональні видання, які поступово все ретельніше стала підтримувати регіональна влада, що потребує розробки відповідних положень та понять регіональної безпеки.

Першою з характерних рис масових комунікацій є зміни у відносинах з владою: як центральною, так і місцевою. Другою рисою є можливість приймати активну участь у відтворенні та реформуванні політичної системи, просуванні ідей соціального розвитку. ЗМК відчувають значний вплив з боку внутрішнього та зовнішнього оточення. Кожна політична організація намагається мати власну пресу як серйозну зброю для боротьби за владу. Масові комунікації є фактором розвитку і розповсюдження як культури, так і антикультури або псевдокультури. В цьому полягають основні ризики їх розвитку. Це є діалектично обумовленим явищем, тому, що розвиток включає як прогрес, так і регрес будь-яких систем [14].

Увага до мас-медіа підвищує, з одного боку, їх значущість в очах суспільства, а з іншого боку, ставить під сумнів самоцінність їх дій. Тобто, у самій сутності масових комунікацій закладено протиріччя необхідності одночасного інформаційного забезпечення функціонування владних структур і суспільства, інтереси яких можуть і не збігатися. Тому ЗМК в сучасному вигляді розглядаються і в якості політичної влади («четверта влада»), і в якості органу громадянського суспільства.

Наступним моментом ЗМК, як об'єкта трансформації в практичному вимірі чи об'єкта транзитології в теоретичному вимірі, є рівень свободи ЗМК. Прихильниками дерегуляції масових комунікацій відтворений міф «про свободу ЗМІ» та необхідність забезпечення відсутності державного контролю, які б були (на їхній погляд) благом для споживачів інформації. В дійсності цей міф служить тільки інтересам власників інформаційних імперій, які намагаються перетворити всю інформацію в ринковий товар, у засіб управління, в систему символічної влади.

Таким чином, масові комунікації є посередницьким інститутом соціальної взаємодії декількох суб'єктів управління та впливу (держави, власників, медіамагнатів, гравців політичного та медіаринку і об'єктів соціального управління (індивідів, масових і спеціальних аудиторій тощо).

☞ На основі вищевикладеного можна зробити наступні висновки.

1. Сучасні масові комунікації виступають як складні, складноструктуровані когнітивні інститути суспільства та системи посередницької соціально-технологічної взаємодії між владними, приватними, міжнародними організаціями та соціумом.

2. Трансформація масових комунікацій відбувається під багатовекторним тиском як з боку суб'єктів управлін-

ня і впливу, так і з боку суспільства та внутрішніх неформальних установок (моди, уявлень, світоглядів тощо) через динамічні прямі та зворотні зв'язки.

#### Література.

1. Глобальна корпоративна система : монографія / [О. Г. Білорус, О. В. Зернецька, В. А. Вергун та ін.] ; кер. авт. колективу і наук. ред. О. Г. Білорус. – К. : КНЕУ, 2011. – 408 с.
2. Глобальное конкурентное пространство : монография / [О. Г. Белорус, Ю. М. Пахомов, И. Ю. Гузенко и др.] ; рук. авт. кол. и науч. ред. О. Г. Белорус. – К. : КНЭУ, 2008. – 720 с.
3. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2009. – 260 с.
4. Згуровский М. З. Системный анализ : проблемы, методология, приложения / М. З. Згуровский, Н. Д. Панкратова. – К. : Наук. думка, 2005. – 744 с.
5. Кіслов Д. В. Політична безпека масових комунікацій: монографія / Д. В. Кіслов. – К. : «МП Леся», 2010. – 208 с.
6. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М. М. Назаров. – М. : «Аванти плюс», 2003. – 428 с.
7. Кіслов Д. В. Інформаційні війни : монографія / Д. В. Кіслов. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 300 с.
8. Зернецька О. Головні актори у сфері глобально-го управління комунікацією: трансформація функцій та статусів / Ольга Зернецька // Політика і час. – 2007. – № 2. – С. 45–48.
9. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. –2-е вид., доп. і перероб. / О. М. Холод. – Львів : ПАІС, 2011. – 288 с.
10. Klapetek M. Komunikace, argumentace, retorika / M. Klapetek. – Praha : Grada, 2009. – 256 s.
11. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік рилейшнз : монографія / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 438 с.
12. Wiemann G. Communication Unreality Mass Media and Reconstruction of Realitie / G. Wiemann. – Los-Angeles : Sage Publication, 2000. – 440 p.
13. Thompson G. B. The media and Modernity. A Social Theory of the Media / Thompson G. B. – Stanford : Polity Press, 1995. – 235 p.
14. Kostl I. Informační a komunikační systémy / I. Kostl. – Praha : «PP», 2005. – 170 s.