

340.12 (075.8)



ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК МЕХАНІЗМ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Дмитро Андреев,
директор Інституту інтелектуальної власності
Національного університету «Одеська юридична академія», доктор юридичних наук, доцент

У роботі досліджуються проблемні питання дуалістичної природи засобів масової інформації в період розвитку інформаційного суспільства. Зокрема, здійснюється аналіз механізмів реалізації функцій сучасних мас-медіа. Водночас пропонуються шляхи покращення дієвості засобів масової інформації під час забезпечення інтелектуальної комунікації між владою та інформаційним суспільством.

Ключові слова: інформація, інтелектуальна комунікація, засоби масової інформації, інформаційні технології, інформаційний простір, інформаційне суспільство.

Сучасні засоби масової інформації (ЗМІ) у науковій літературі загально визначають терміном «масмедіа», що дозволяє визначити новий глобальний механізм комунікації, а отже, по-новому відродити ідею інформаційного суспільства, яка надає пріоритетне значення загальнолюдським цінностям. В окресленому важливому процесі нові інформаційно-комунікаційні технології, які забезпечують адресність передачі інформації, надають аудиторії широкі права щодо вибору джерел інформації, тим самим визначаючи демократичний механізм досягнення поставленої мети.

Власне термін «масмедіа» є досить узагальненим — це будь-який інструмент комунікації, за посередництвом якого передається суспільно важлива інформація як певний набір знань. З огляду на зазначене, деякі автори вважають за доцільне покласти в основу поняття «комунікації», як процесу суб'єкт-суб'єктного обміну інформацією, поняття «інтелектуальна комунікація». Водночас фактично різниця

між широко вживаними поняттями «масмедіа» та «масові комунікації» полягає в тому, що в першому випадку акцент робиться на механізмі передачі інформації, а в другому — на її інтелектуальній значущості як інтеграційного фактора в процесі становлення інформаційного суспільства.

Один з видатних розробників теорії масових комунікацій Р. Гарріс (англ. *Robert Harris*) у праці «Психологія масових комунікацій» визначає, що сучасну комунікацію роблять масовою три чинники:

- по-перше, обмеженість точності адресації інформації;
- по-друге, наявність інституту засобів масової інформації — джерела комунікації;
- по-третє, привабливості та якомога довше утримання максимально розширеної аудиторії в інтересах рекламодавців [1].

Професор Страсбурзького університету А. Моль (фр. *Abraham Moles*) зазначав, що теорія масової інформації — одна з молодих гуманітарних наук,



а інформаційний підхід стає все більшим джерелом евристичних методів сучасного знання [2, 5–6].

Зазначимо, що природу комунікаційних процесів досліджували науковці та мислителі різних епох, зокрема Дж. Локк (англ. John Locke), І. Бентам (англ. Jeremy Bentham), М. Вебер (нім. Max Weber), Н. Луман (англ. Niklas Luhmann), Р. Мертон (англ. Robert King Merton), Дж. Кін (англ. John Keene), Ж. Бодрійяр (фр. Jean Baudrillard), К. Куле (фр. Corinne Coulet) та ін.

Останнім часом проблема комунікаційних відносин і ролі ЗМІ в цьому процесі стала предметом наукових розвідок вітчизняних учених: Л. Губернського, О. Копиленко, В. Кравченка, Г. Красноступ, Є. Макаренка, А. Марущака, В. Набруска, О. Нестеренк, Г. Почепцова, В. Різуна, Є. Тихомирова, С. Чукута та ін.

Зауважимо, що означені праці ґрунтуються на загальнонаукових підходах, започаткованих іноземними «класиками» досліджень комунікаційних процесів. Наприклад, у вітчизняній науці знайшли подальший розвиток ідеї ґрунтового дослідника засобів інформаційного впливу У. Еко, який наголошує, що функція масмедіа як четвертої влади полягає в постійній критиці та контролі трьох традиційних гілок влади. Своєю чергою, і традиційні гілки влади контролюють та можуть критикувати масмедіа лише за посередництвом тих же масмедіа.

Інакше втручання влади є санкцією виконавчої, законодавчої чи судової; а це може відбуватися, тільки коли масмедіа порушують правопорядок або загрожують політичній чи державній стабільності. Однак оскільки власне масмедіа не повинні перебувати поза критикою, незаперечна умова демократії — щоб вони періодично ставила під питання самих себе. І це можливо, лише у демократичній державі, де критика не наділяється репресивною функцією. Засоби масової інформації впливають на політичне життя

країни завдяки формуванню громадської думки [3].

Варто додати, що французький дослідник М. Рокар основоположну роль масмедіа у процесах демократизації також відводить саме громадській думці, що неодмінно має бути сформована у вільному інформаційному просторі, позаяк «певною мірою громадська думка замінює класову боротьбу в ролі сили історії, що рухає, прискорюючи або гальмуючи діяльність суспільства» [4, 24].

Не применшуючи ролі громадської думки й інших соціальних феноменів у становленні інформаційного суспільства, загальна теорія комунікацій протягом усього періоду свого розвитку формувала усталений принцип, що основа організації та функціонування засобів масової комунікації налічує три основні форми:

- перша — державна монополія на володіння й управління ЗМІ, за якої державні органи прямо контролюють всю систему масмедіа;
- друга — суспільна монополія, сфера, дії якої найбільше поширюється на електронні засоби мовлення, що перебувають не у приватному, а в суспільному володінні (при цьому органи управління мають значну автономію і прямо не підпорядковуються виконавчій або законодавчій владі);
- третя — приватна власність. Ця форма зазвичай регулюється, але не управляється державними органами, ступінь регулювання різний у різних державах [5, 11].

Не достатньо просто стверджувати, що влада медіа — це влада панівного класу, проте таке твердження не суперечить дійсності. Воно означає, що масмедіа є незалежним джерелом власної влади і політичний та економічний вплив, який відбувається через медіа, може походити з владних центрів суспільства.

Досліджуючи тему втручання органів влади у діяльність масмедіа, ан-



лійський науковець Дж. Кін виокремив п'ять «ідеальних типів» сучасної державної цензури, притаманної країнам західної демократії:

- обмеження дії масмедіа (створення несприятливого правового поля для діяльності ЗМІ);
- втаємничення (обмеження доступу ЗМІ до інформації, якою володіють суб'єкти владних повноважень);
- дефактуалізація (викривлення, упередженість інформації про події, рішення органів влади тощо);
- рекламування держави (використання коштів державного бюджету для рекламування фактичної діяльності державних органів);
- корпоративність (монополізм — пасивність або потурання держави щодо процесів монополізації сфери масової інформації) [6, 76].

Усі вони сигналізують про тенденцію до урізноманітнення кількості варіантів прямого й опосередкованого впливу різних владних структур на ЗМІ в процесі розбудови інформаційного суспільства. При цьому сьогодні дедалі більшої актуальності набуває твердження, що сучасна державна політика трансформується в «інфополітику» повсякденних інтелектуальних комунікативних пошуків, спротиву та солідарності індивідуумів і соціальних груп між собою.

У результаті здійснення цієї інформаційної політики владне утвердження сучасної реальності відбувається, за твердженням Ж. Бодрійяра, як результат «третьої революції» європейської історії — революції інформації. Синтез трьох релевантних факторів сучасної епохи: інформації, комунікації — механізмів її поширення (сприйняття) — та знання [7, 15].

Водночас навіть держави, що вважаються вільними та найбільш демократичними, не беруть на себе сміливість відмовитися від своїх ексклюзивних прав щодо визначення критеріїв «державних і суспільних інтересів», принципів «національної безпеки»,

«суспільної моралі», що перетворює державну інформаційну політику на інструмент сучасної цензури, нові форми втручання держави у процеси формування та вираження громадської думки.

Як точно зазначає М. Прайс, часто проголошена, але рідко застосована основна теза про основну функцію інституту ЗМІ — еволюційного фактору розвитку суспільної системи, який повинен мати імунітет від прямого втручання органів влади. Зважаючи на той факт, що суспільні мовники організуються урядами, важко звільнитися від «сильної руки» держави. Творчим, по суті неможливим, «архітектурним» викликом стає створення структур, у яких рівень незалежності відповідав би рівню підзвітності.

Функції незалежності полягають у сприянні та підтримці формування «суспільності», що є найбільш суттєвим аспектом. Ця суспільність, за своїм визначенням повинна якомога менше залежати від влади урядів та економіки. У такому сенсі ЗМІ слугують простіром встановлення точок зору, аби справляти вплив на рішення держави [8, 45].

У наведеному контексті доцільно навести думку Н. Лумана, котрий зазначив, що можливо, найбільш важливе нововведення теорії засобів комунікації в «соціальне» порівняно зі старими теоріями влади полягає в тому, що вона розуміє феномен влади на основі відмінності між мовним інформаційним кодом і процесом інтелектуальної комунікації. Саме тому вона не схильна приписувати владу, як якусь данину жодному з партерів владних відносин. «Влада є керована кодом комунікації» [9, 32].

З означеного можна дійти висновку, що, хоча в сучасних межах владно-суспільних відносин взаємодіють обидві сторони — учасники комунікації, відповідальність за те, як здійснюється інтелектуальна комунікація значно більшою мірою покладається



на ту сторону, що має владу (явну або неявну) над засобами комунікації.

Можливо, за аналогією з тезами М. Прайса щодо розуміння конструкції «інтелектуального», Н. Луман спробував сформулювати перелік можливих труднощів, які можуть виникнути у конструюванні ЗМІ інформаційного простору та у механізмах реалізації інтелектуальної комунікації.

По-перше, це стосується імперативного припущення стосовно того, що інформаційне суспільство складається з простої сукупності індивідуумів або лише з правовідносин між владою та суспільством. Друга перешкода, полягає у припущенні кардинальної територіальної різниці суспільств: очевидно, що в різних суспільствах на різних географічних територіях існують об'єктивні відмінності у отриманні знань, але вони пояснюються різницею, що криється всередині суспільства, а не комунікативними відмінностями між суспільствами. По-третє, необхідно звернути увагу на характер комунікацій, що впливає з різності суб'єктів і об'єктів. Згідно з теорією пізнання, лише суб'єкти здатні до самореференції, а об'єкти лишаються незмінними [10].

Сучасне інформаційне суспільство — *par excellence* простір досконалої комунікації. Але при цьому необхідно зробити певну поправку. Суспільство чітко розподіляється на групи, статус яких є різним. Різні права, фінансово-економічні можливості, рівень освіти, відповідно знань, неминуче розмежовують індивідуумів на різні соціальні кластери. Крім цього, стрімкий розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій створює ще одну ознаку диференціації суспільства — комунікативну. Сьогодні очевидним є те, що традиційна система здійснення інтелектуальної комунікації, що охоплювала владу, суспільство, індивідуума поповнюється інституціями комунікативних засобів (і це насамперед ЗМІ).

Зокрема, П. Дж. Бінгем у роботі «Сучасні демократичні країни. Участь

у політичному житті, стабільність і насильство» зазначав, що «у сучасному світі повноцінній демократії притаманні такі характеристики комунікації влади та суспільства: головна — вільна та критична преса, доступ до електронних засобів масової інформації, свобода пересування та залучення до політичної діяльності, свобода від упередженого судового переслідування» [11, 121].

За допомогою комунікації суспільство може визначити себе, інформувати себе про власні інтелектуальні комунікації, піддавати інформацію сумніву, відхиляти її, нормувати комунікації як допустимі чи неприпустимі тощо. Тож стає очевидним дуалізм речей: що інформаційне суспільство є комунікативною та самореферентною системою, і що воно не тільки може використовувати свій спосіб комунікацій, але й повинно це робити, щоб створити інтелектуальну комунікацію.

З цієї позиції можна визначити поняття інформаційного суспільства як всеосяжної системи всіх комунікацій, що відтворюють себе в сукупності всіх комунікацій, насамперед через інститут ЗМІ.

Д. Проценко пропонує всі ЗМІ, зокрема й традиційні, поділяти так:

- за характером матеріального втілення інформації на носіях і відповідного сприйняття, що, своєю чергою, поділяються на: друковані та аудіовізуальні;
- можливістю одночасного комунікативного зв'язку: лінійні та нелінійні;
- територією поширення чи охоплення комунікативним зв'язком: місцеві, регіональні, загальнонаціональні, транскордонні;
- аудиторією: загальнодоступні, професійні, «нішеві» [12, 11].

Крім цього, необхідно зазначити, що ЗМІ, незалежно від інформаційно-комунікаційних аспектів і сфери розповсюдження потрібно розглядати в двох аспектах: як суб'єкт інформацій-



ної діяльності та як суб'єкт господарювання. А також наголосити на дуалістичності природи масмедіа, суть якої полягає в тому, що, з одного боку, ЗМІ є найважливішим соціально-політичним інститутом демократичного суспільства, покликаним забезпечувати громадський контроль за діяльністю органів державної влади, сприяти формуванню громадської думки, зберігати та розвивати національну ідентичність тощо. З другого, — ЗМІ формують окрему інтелектуальну галузь, функціонування та розвиток якої залежить як від власних фінансово-економічних інтересів, так і від суспільно-політичної мотивації суб'єктів діяльності масмедіа.

Без сумніву, наша цивілізація вже стала інформаційною за своєю суттю, тобто такою, в якій інформація є головним чинником соціалізації та ресоціалізації індивідуума, єдиною ланкою між особистістю та владою. ЗМІ як підсистема суспільних комунікативних відносин, у межах якої формуються та реалізуються механізми утвердження ідей та цінностей права, постають важливим фактором становлення інформаційного суспільства. У зв'язку з цим актуалізується двоєдина тенденція: з одного боку, у сучасному суспільстві спостерігається конституціонування комунікацій як одного з основних джерел правотворення,

а з другого, — зростає суспільна необхідність правового регулювання власне комунікативних відносин.

У соціальному сенсі зазначене ґрунтується на балансі вільного доступу до інформації та регулятивної ролі держави як модератора та гаранта дотримання всіма суб'єктами системи інформаційних відносин «певних правил гри». Діяльність сучасних ЗМІ має становити сформовану систему правил та установок, які за своєю суттю повинні запобігти утворенню та поширенню соціальних криз, бути своєрідним провідником знань, ідей та цінностей демократичного розвитку суспільства, а також суспільним інформатором — у разі їх порушення.



Список використаних джерел

1. Харрис Р. *Психология массовых коммуникаций* / Р. Харрис ; [пер. с англ.]. — СПб. : ПРАЙМЕВРОЗНАК, 2002. — 448 с.
2. Моль А. *Социодинамика культуры* / Абраам Моль ; [пер. с фр. Б. В. Бирюкова]. — Изд. 3-е. — М. : Издательство ЛКИ, 2008. — 416 с.
3. Эко Умберто. *5 эссе на темы этики* / Умберто Эко ; [пер. с итал. Е. Костюкович]. — СПб. : Симпозиум, 2005. — 160 с.
4. Рокар М. *Трудиться с душой* / М. Рокар. — М. : Международные отношения, 1990. — 340 с.
5. Фукуяма Ф. *Великий разрыв* / Ф. Фукуяма ; [пер. с англ. М. Б. Левина]. — М. : АСТ, 2008. — 480 с.
6. Кін Джон. *Масмедіа і демократія* / Джон Кін ; [пер. з англ. О. Гриценко]. — К. : К.І.С., 1999. — 134 с.



7. Бодрийар Ж. *В Тени молчаливого большинства, или Конец социального* / Ж. Бодрийар ; [пер. с фран. Н. В. Сулова]. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2000. — 96 с.
8. Прайс М. *Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность* / Монро Прайс ; [пер. С. Аникеева]. — М. : Издательство Московского университета, 2000. — 336 с.
9. Луман Н. *Власть* / Никлас Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. — М. : Праксис, 2001. — 256 с.
10. Луман. Н. *Мировое время и история систем* / Никлас Луман ; [пер. В. Бакусева] // Логос. — 2004. — № 5. — С. 131—168.
11. Пауел Дж. Бінгем. *Сучасні демократичні країни. Участь у політичному житті, стабільність і насильство* / Дж. Бінгем Пауел ; [пер. з англ. О. В. Христенко, В. К. Горбатюка]. — Х. : Каравела, 2004. — 288 с.
12. Проценко Д. *Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід* / Д. Проценко Д. Тупчієнко. — К. : Організація з безпеки та взаємодії в Європі, 2012. — 110 с.

Надійшла до редакції 29.09.2015 р.

Андреев Д. Средства массовой информации как механизм интеллектуальной коммуникации в период развития информационного общества. В работе исследуются проблемные вопросы дуалистичной природы средств массовой информации в период развития информационного общества. В частности, проводится анализ механизмов реализации функций современных масмедиа. Одновременно предлагаются пути улучшения действенности средств массовой информации во время обеспечения интеллектуальной коммуникации между властью и информационным обществом.

Ключевые слова: информация, интеллектуальная коммуникация, средства массовой информации, информационные технологии, информационный простор, информационное общество

Andreev D. The media as a mechanism for intellectual communication during the development of information society. This paper investigates the problematic issues of dualistic nature of the media during the development of the information society. In particular, the analysis of mechanisms of implementation of the features of modern mass media is made. At the same time the ways to improve the effectiveness of the media in providing intelligent communication between the government and the information society are suggested.

Keywords: information, intellectual communication, media, information technology, information space, information society