**Курсова робота**

**з журналістики**

### Загальна характеристика

**масовоінформаційної діяльності**

**Теорія масової комунікації**.

Слово **комунікація** прийшло до нас через англійську мову (communication) від латинського communicare, що означає “пере­бувати у зв’язку, брати участь, об’єдну­ва­тися”. Слова communi­­­cate, community, communication однокореневі. Українськими від­по­від­ни­ками є *сполучатися, спілкуватися, спілка, спільнота, спілкування.* Російськими, відповідно, *общий, общество, об­щать­ся, общение, приобщить*. Як бачимо, ідея єдності, об’єднан­ня, зв’язку зі спільнотою є визначальною для поняття комуніка­ції, або спілкування. *Спілкуватися* ­— то є *ставати членом спіль­ноти*, а це означає *співпереживати, ставати духовно близьким, дотримуватися норм співжиття*. Визначальним тут є зв’язок між членами спільноти, але безперечно цей зв’язок має бути не так фізичним, як духовним. Факт духовної єдності й наявність спільних форм духовного зв’язку творять спільноту. *Спілкування, або комунікація,* й означає *встановлення такої єдності за допомогою відповідних форм духовного єднання* (духовних зв’яз­ків). Духовне єднання є нічим іншим, як роботою душі й розуму. Таким чином, *порозуміння* є важливим чинником спілкування, оскільки тільки розумове єднання може свідчити про спілчанську єдність, єдність думки і справи.

Отже, спілкування, якщо воно відбувається, передбачає такі ознаки:

1) *комунікаторів* — тих, між ким відбувається спілкування, зокрема *комуніканта* — того, хто ініціює процес спілкування, ви­ступає його адресантом, і *комуніката* — того, на кого спрямоване спілкування і хто є його адресатом;

2) духовно-інтелектуальну єдність тих, хто спілкується, — спі­ль­ну свідомість, спільну культуру;

3) спільну форму духовного буття — мову;

4) при потребі загальнозрозумілі знакові системи, що замі­ню­ють мову в певних ситу­аціях, — письмо, іноземні мови та ін. зна­кові системи;

5) при потребі створені спільнотою засоби спілкування — кни­ги, періодичні видання тощо;

6) соціально-психологічну здатність до спілкування — здатність говорити, ви­слов­лювати думки, почуття згідно з виконуваною соці­аль­ною функцією й соці­аль­ними приписами та здатність слухати, сприймати й розуміти висловлене залежно від соціальної функції слухача/читача, а також соціальних вимог.

Основними результатами успішного спілкування завжди є **взає­мо­порозуміння й** **згода**: згода слухача з мовцем, згода чинити, як того вимагає співрозмовник і ситуація.Процес спілкування може бути ускладнений суперечками, непоро­зумінням, але спілкування завжди має завершуватися повною згодою. Згода на 30% означає те, що спілкування, на жаль, теж відбулося лише на 30%. Тому важ­ливими під час спілкування є вміння й методи переконання спів­розмовника, аби забезпечити повну згоду й уникнути конфліктності у комунікативній ситуації. Ці вміння входять у професіограму фа­хів­­ця з питань спілкування, а методи переконання є підґрунтям йо­го професійних знань. Основний конфлікт під час спілкування — *це конфлікт між співрозмовниками при відсут­ності згоди через непорозуміння*. Комунікація завжди є тривалим процесом, що пере­буває у стадії пошуку порозуміння і згоди. Комунікація — це не ре­зуль­тат, це процес пошуку результату.

У цій лекції ми обмежимося лише короткою характеристикою явища спілкування. Зазначимо тільки, що *спілкування* як термін є повним синонімом термінові *комунікація*. Наша дисципліна могла б називатися “Теорія масового спілкування”. Але чому ж ми віддаємо перевагу слову *комунікація*?

Назвемо причини нашого вибору.

1. Найголовніша причина — поширеність терміна *комунікація* у науці та виробничій сфері на позначення процесу спілкування, пов’язаного з діяльністю засобів масової комунікації й журналі­сти­­кою. Зверніть увагу на існування хоч би таких назв: міжнарод­них неурядових організацій — *Міжнародна асоціація медіа- та комунікаційних досліджень, Всесвітня асоціація християнської ко­­му­нікації, Центр комунікації та прав людини* і т. п.; монографій, нау­кових збірників, підручників — *Теоретико-методологічні ос­но­ви вивчення змісту масової комунікації, Элементы теории ком­муникации, Теория и практика коммуникации, Теорія кому­ні­ка­ції, Масова комунікація, Ценности и символы в массовой ком­муни­кации* і т. д.

2. Певна обмеженість слова *спілкування* щодо функціонування його у науковій і виробничій сферах. Наше слово має переважно нетермінологічний характер вживання, що зумовлено експансив­ним вторгненням кальки інтернаціонального слова communication через англійську та інші романо-германські мови у нашу науку й прак­тику, оскільки питання вивчення процесів спілкування (кому­нікації) у західній науці було поставлено набагато раніше, ніж в українській чи російській. Вже на початку ХХ століття “бурх­ли­вий розвиток преси, що досягла масових тиражів, а також доку­ментального й художнього кінематографу, активне впровадження радіо в побут привернули до них увагу, породили переконання, що ці мас-медіа мають неабияку владу над масовими аудиторіями, впливають на суспільну думку, змінюють ставлення та поведінку, нав’язують політичні орієнтації” [Зернецька, 19]. Все це якоюсь мірою привело до тлумачення кальки англійського слова *комуні­ка­ція* як терміна з багатозначною структурою і обмеженого вжи­вання рідного слова *спілкування* на позначення, зокрема, процесів масової комунікації.

Нині в науці існує сотня визначень комунікації. Ще в 70-х роках ХХ ст. F. Dance в статті про поняття комунікації зафіксував 95 дефініцій і згрупував їх у 15 категорій [Dance F.]. Польська дослідниця H. Walińska de Hackbeil у 1975 році у своїй докторській дисертації “Поняття *комунікація* в американській теорії масової комунікації” зафіксувала понад 200 дефініцій, що віднайшла в американській літературі, і виділила в них 18 семан­тичних (значеннєвих) категорій. Польський комуніколог T. Goban-Klas у своєму підручнику “Засоби масової комунікації і масова комунікація” наводить сім типових визначень комунікації [Goban-Klas T., 42—43]: **комунікація як трансмісія** (трансляція, переда­ча) інформації, ідей, емоцій, умінь; **комунікація як розуміння** інших, коли ми й самі прагнемо, щоб нас зрозуміли (комунікація як порозуміння); **комунікація як вплив** за допомогою знаків і символів на людей; **комунікація як об’єднання (творення спіль­­ноти)** за допомогою мови чи знаків; **комунікація як взає­модія** за допомогою символів; **комунікація як обмін** значен­нями між людьми, які мають спільне в сприйманні, прагненнях і позиціях; **комунікація як складник суспільного процесу,** який виражає групові норми, здійснює громадський контроль, розпо­ді­ляє ролі, досягає координації зусиль тощо.

fhgfgfhgfhg

Уважно аналізуючи ці визначення, приходиш до висновку, що це не є дефініції, які суперечать одна одній, вони лише доповню­ють одна одну; кожне з визначень охоплює певний бік явища, даючи більш глибоке осягнення комунікації. Як зауважує україн­ський дослідник комунікації Г. Г. Почепцов, не варто переймати­ся тим, що існує сотня дефініцій [Почепцов Г. Г., 1999, 18]. Навіть той факт, що під комунікацією здавна розуміють ще й за­со­би транспорту, фізичного зв’язку (пошта, телефон, віз, коні, човен, потяг, річка, канал, море, каналізація тощо), зовсім не оз­на­чає, що фізичні й знакові комунікації — абсолютно різні терміни. Ідея зв’язку в спілкуванні є домінуючою, і це дало під­стави так широко вживати термін *комунікація —* на позначення засобів зв’язку взагалі. Цікавий випадок трапився у 1935 році з американським критиком і філософом К. Бурке, який написав книжку під назвою “Treatise on Communication”. Видавець зму­сив автора змінити назву, оскільки побоювався, що читачі сприй­муть це як розвідку про пошту чи телефон. А була то книга про порозуміння між людьми [Goban-Klas, 41].

Чи не визначення американського ученого Cooley’я, зроблене ним у 1909 році у книзі “Social Organization”, вплинуло на розу­міння комунікації як засобу зв’язку? Під комунікацією ми розу­мі­ємо такий механізм, завдяки якому людські стосунки можуть існувати й розвиватися, тобто будь-які символи розуму, разом із засобами передачі їх у просторі і часі. Охоплює цей механізм ви­раз обличчя, поставу і жестикуляцію, тон голосу, слова, письмо, друк, залізничні колії, телеграф, телефон чи щось ще, що може покоряти простір і час (цит. за [Goban-Klas, 45]).

Як підсумок, можемо сказати, що явище не залежить від дефініції, воно існує саме по собі. “Ми можемо продовжити спи­сок цих визначень, але чітко маємо усвідомити, що визначення самі по собі мають тільки те значення, що вони відповідають тій чи іншій моделі комунікації, що її хоче захищати, вивчати, впро­ваджувати дослідник” [Почепцов Г. Г., 1999, 19]. Власне, кожне визначення (чи кожна дефініція) є концептуальною теоретичною моделлю явища, що вивчається. До речі, на лекціях з багатьох дис­циплін ви можете почути кілька різних визначень того чи іншого явища. Не поспішайте обурюватися. Лектор запропонує вам роз­гля­нути явище, що вивчається, під кутом зору своєї дисципліни, на­приклад під кутом зору психології масової комунікації, соціоло­гїї масової комунікації тощо. Кожна окрема дисципліна так чи інакше актуалізує певний бік явища, що вивчається, і через призму окремої дисципліни буде дана дефініція. Треба вміти лишень сти­ку­вати різні визначення, вміти об’єднувати різні наукові погляди на одне й те саме явище. Загрозливим у теоретичних, модельних побудовах є звуження терміна, зведення в абсолют одного якогось певного боку явища і нехтування іншими його складниками.

Ми з вами, як дослідники, представимо, так би мовити, свою мо­дель комуні­кації, виразимо концептуально своє уявлення про спіл­ку­вання. При цьому скори­стаємося вже існуючими, наведени­ми вище визначеннями й об’єднаємо їх в одне ціле. Це вигідно ро­бити через те, що кожне з цих визначень відображає комуні­кацію в окремому ракурсі, а в сукупності вони відтворюють більш-менш цілісно явище комунікації у сучасному суспільстві.

**Комунікація (спілкування, *рос.* общение, *англ.* communica­tion) —**

**це зумовлений ситуацією й соціально-психологічними особ­ли­во­стями ко­му­ні­каторів *процес встановлення і підтримання контактів* між членами пев­ної соціальної групи чи суспіль­ства в цілому на основі духовного, професій­ного або іншого єднання учасників комунікації,**

**який відбувається у вигляді взаємопов’язаних інтелекту­аль­но-ми­сли­­тель­них та емоційно-вольових актів, опо­серед­­ко­ваних мовою й дискретних у часі й просторі,— тобто у вигляді актів мовлення, актів паралінгвістичного характеру й психо­фі­зіо­­ло­гіч­ного впливу, актів сприй­ман­ня та розуміння і т. п.,**

**що пов’язані з процесами збору фактів, їх зберігання, аналі­зу, переробки, оформлення, висловлення та при потребі поши­рен­ня, сприймання і розуміння,**

**відбуваються з використан­ням або без нього різних знако­вих систем, зображень, звуків (письмо, жести, міміка та ін.), за­со­бів комунікації (газети, жур­нали, аудіовізуальні про­гра­ми й т. п.), засобів зв’язку (теле­фон, теле­граф, транспорт тощо)**

**і результатом яких є конкретна інтелектуально-мислитель­на й емоційно-вольова пове­дінка співбесідника, конкретні ре­зультати його діяльності, прийняті ним рішення, що задоволь­няють членів певної соціальної групи або суспільства в ці­лому.**

Основним у цьому визначенні є розуміння комунікації як про­цесу, що виконує об’єднувальну функцію і не є тотож­­­ним мовлен­ню. Звичайно, найприроднішими операціями, в яких відбувається спілкування, є мовні операції, або *мовлення*. Спілкування і мов­лен­ня ототож­нювати не можна. Мовлення — це форма спілкуван­ня, до того ж не єдина. Скажімо, такі психофізіологічні форми впливу на співбесідника, як навіювання, поведінкові акти (певне демонстрування тіла, використання жестів), які можуть супрово­джуватися й не супроводжуватися мовними актами, теж є форма­ми комунікації й спрямовані на залучення учасника комунікації до свого гурту, колективу, до виконання ним певних фізичних або ін­те­лек­туальних дій, необхід­них тому, хто ініціює комунікацію, або виражає інтереси тих, хто зацікавлений у цій комунікації, тоб­то у підпорядкуванні особи своїй спільноті. До речі, не у всіх комуні­ка­тивних ситуаціях слово є дієвим, іноді погляд більше важить, ніж слово, і треба вміти добре орієнтуватися в ситуації й обирати оптимальну форму спілкування.

З визначення ви вже можете зрозуміти, наскільки важливим у суспільстві є той процес, який ви маєте професійно опанувати і який повинен стати для вас роботою. З першої ж лекції ви по­винні зрозуміти принаймні такі речі:

* перед вами процес, який можна використати і на благо і на зло людям;
* перед вами процес, на який є різні погляди — політичні, кон’­юнктур­ні і незалежні від політики, наукові погляди;
* перед вами процес, який включає багато такого, що треба знати, але не треба застосовувати;
* перед вами процес, в який треба поринати зі світлим розумом, чистими руками і палким серцем.

Ми ще не раз повернемося до цього, бо це робити зобов’язує нас наша професія, але сьогодні скажу: *комуні­кація за своєю при­ро­дою є “агресивним” процесом, процесом уп­ли­­­­­ву на людину або суспільство, оскільки процес встановлення кон­­так­­тів (чим є ко­му­нікація), хоч сам собою і безболісний, але не такий уже й наївний щодо методів і способів контактування; він може бути нав’язливим, грубим, підступним і т. п. І лише з кон’­юнктурної точки зору або через наукове невігластво можна сказа­ти, що комунікація — це дисти­льований процес передачі інформа­ції, не пов’язаний з упливом на людей. Про цей уплив ви повинні па­м’­ятати постійно і повинні добре усвідомлювати, щó ви робите словом і нести за це відповідальність, якщо не перед своєю сові­стю, то перед законом. Говорячи про своє право на слово, ви по­вин­ні подумати і про права того чи тих, хто вас слухає. Не можна бути егоїстом і прагнути сказати за будь-яку ціну своє слово, треба поважати тих, хто вас слухає, і думати про те, чи потрібне їм ваше слово. Треба думати не тільки про свої права, а й про права тих, з ким ви спілкуєтеся.*

Сьогодні, як приклад, ми переглянемо сюжет каналу OTV, в якому співачка Астрая говорить про безцеремонне втручання журналістки у її приватне життя.

11 серпня в літньому концертному залі м. Ялта на своєму концерті Філіп Кіркоров висловився про ЗМК як четверту владу. На його дум­ку, вони ні четверта, ні п’ята, ні шоста. Не достатньо пописувати всякі статеєчки, втручаючись в інтимне життя, і вважати себе владою. Це “мания величия”, сказав співак. І справді, ЗМК не є власне владою, але вони мають таку ж владу над людьми, яку мають і той же Філіп Кіркоров, хто зібрав кількатисячну аудиторію й зумів утримати її про­тягом двох годин, й інші артисти, оратори, інші майстри слова.

Наше визначення комунікації, як і всі інші, не претендує на вичер­п­ність. Його можна доповнювати, розширювати, модифікувати, що ми зараз і зробимо, коли поведемо мову про *масову* комунікацію.

Визначення масової комунікації не можна витворити простим до­да­ванням слова *маси* до слова *комунікація*. Зміна звичного для нас міжлюдського характеру комунікації, коли спілкуються двоє, привела до глобалізації й модифікації самого процесу спілкування. Якщо у ти­по­вих, побутових або навіть виробничих, ситуаціях спілкування вини­кає ніби стихійно, раптово і як дія, підпорядкована основному, напри­клад, виробничому виду діяльності, включається в неї, то намагання спілкуватися з масою людей, переконувати їх у чомусь змушує кому­ні­канта ставитися до спілкування серйозно, готуватися до нього. А для людей, які постійно займаються спілкуванням і воно є їхньою пра­цею (наприклад для учителів, письменників, лекторів і для нас жур­на­лістів),— спілкування перетворюється у роботу, яку вже можна назвати професіональною діяльністю суспільно-культурного плану і моти­вом якої є ідея згуртування людей навколо іншої ідеї або якоїсь спра­ви.

Таким чином, під **масовою комунікацією (масовим спілку­ванням, mass communication) ми розуміємо *організоване спіл­ку­вання*,**

**що є видом суспіль­но-культурної діяльності,**

**яка відбувається у вигляді взаємопов’язаних інтелекту­аль­но-ми­сли­­тель­них та емоційно-вольових *дій*,**

**спрямованих на духовне, про­фе­сій­не чи інше єд­нан­ня ма­си людей (мас).**

Основним у цьому визначенні є розуміння комунікації як ор­га­ні­зованого спілкування, або діяльності, тобто такої активності людей, яка має свої мотиви, свою структуру, яка складається з дій — актів, підпорядкованих меті. До речі, будь-яка діяльність не існує сама собою, вона завжди представлена конкретними діями і в них реалізується. Найприроднішими діями, в яких від­бу­вається спілкування як діяльність, є мовні дії, або *мовлення*.

Те, що масова комунікація є *організованим* спілкуванням, має принципове значення для розуміння формування й розвитку масовоінформаційних процесів у суспільстві. Ідея організовано­го спілкування може виникнути лише у ситуації від­по­ві­даль­но­сті мовця (комуніканта) за свою “словесну роботу”. Ця відпові­даль­­ність рідко виникає під час спілкування двох людей, бо та­ке спілкування має рівень переважно побутової міжособистісної комунікації. Масовість акту мов­ленн­я, коли на тебе дивляться сотні очей, дає відчуття важливості виконуваної справи, тобто акту мовлення, і змушує серйозно ставитися до організації са­мо­го процесу спілкування. Окрім того, психологічно спілкуван­ня з масами — це є завжди вихід за межі свого звичного, непо­міт­ного для своєї ж свідомості “я”. Актуалізація свого “я”, тоб­то усвідомлення того, що і як ти робиш у цей момент, характер­на для особливих ситуацій, в які потрапляє людина. До таких ситуацій відноситься й комунікативна ситуація, в якій дово­дить­­ся тримати слово перед масою людей. Усвідомлення ж сво­їх вчин­ків, дій, операцій, цілей, мотивів і т. п., а через усвідом­лення й керування ними лежить в основі професіоналізму, тобто майстерності. А це в свою чергу веде до професіоналізації дій, виникнення відповідної професії й підготовки відповідних фа­хів­ців. Таким чином, організоване спілкування, яким є масова комунікація, давним-давно набуло ознак професіональної діяль­но­сті й поставлене у виробничі умови поряд з розвитком засобів масо­вої комунікації, без яких ефективний зв’язок з масами не­мож­ливий, тобто поряд з виникненням індустрії мас-медіа. Згід­но з визначенням масового спілкування, взятого зі словника A Dic­tionary of Communication and Media Studies (Ed. by J. Watson and A. Hill.— London, New York, Sydney, Auckland, 1997.— C. 132—133), цим терміном позначають “інституалізовані форми ви­роб­ництва і розповсюдження загальнодоступних (публічних) пові­домлень, які поширюються у великому масштабі, включаючи знач­ний розподіл праці в їхньому виробничому процесі та функціо­ну­ванні, через складне посередництво друку, фільму, фотографії та звукозапису” (подано у перекладі О. В. Зернецької [Зернецька О. В., 19]). Як бачимо, організація процесу масового спілкування досягла такого рівня відповідальності й серйозності, що за організацію спра­ви масового спілкування відповідають цілі установи, заклади, фабрики (“інституалізовані форми виробництва і розповсюджен­ня”) і кожен відповідає за організацію певного процесу масової ко­му­нікації (“роз­­по­діл праці в їхньому виробничому процесі та функ­ціону­ван­ні”), оскільки процес організації масового спілкування є складним (“через складне посередництво друку, фільму, фотографії та звуко­за­пису”).

В іншому визначенні масової комунікації, взятому зі словника Ellmore R. T. Mass Media Dictionary (Lincolnwood, 1992.— С. 351), наголос зроблено на швидкому розповсюдженні копій інформації, виготовлених механічно або електронно для гетерогенної (різнорід­ної) і дуже великої кількості індивідуумів. Це швидке розповсю­джен­ня інформації згадуваний уже дослідник Г. Г. По­чепцов навіть поклав в основу визначення комунікації взагалі: “…пропонуємо визначити ***комунікацію як процес прискорення обміну інформа­цією***” [Почепцов Г. Г., 1999, 19].

Отже, беручи до уваги професіональний аспект масової комуні­ка­ції на сучасному етапі, ми можемо запропонувати таке її визна-ння:

**Професіональна масова комунікація — це майстерно органі­зо­ване спілку­вання у вигляді суспільно-культурної діяльності,**

**учасниками якого є, з одного боку, про­фесіональні мовці (ко­му­ні­ка­то­ри, або комунікан­ти), що чи­нять згідно з суспільно-етич­ними нор­ма­ми, закона­ми держави, ви­мо­гами тех­но­логії ор­­­га­нізації мовлення й спілку­ван­ня,**

**і, з іншого боку, маса людей (маси, комунікат),**

**на яку здійснюють уп­лив професіональні мовці через засоби масової комунікації,**

**що є продук­том професійної масо­во­ін­формаційної діяльності у сфері інформаційної інду­стрії як “ін­сти­туалізова­ної форми ви­роб­ництва і роз­пов­сюдження загально­до­ступних (публічних) повідомлень, які поширюються у великому мас­шта­бі, вклю­ча­ю­чи значний розподіл праці в їхньому виробни­чому процесі та функціонуванні через складне посеред­ництво дру­ку, фільму, фотографії та звукозапису” (J. Watson, A. Hill).**

Становлення масової комунікації як сфери професіонально орга­ні­зо­ва­ної суспільно-культурної діяльності так чи інакше пов’язано з виникненням професії комунікатора, яка у суспільстві офіційно ще не є визнаною (навіть ідуть дискусії навколо того, журналіст як ко­му­нікатор — це професія чи ні), і розвитком виробничої сфери для забезпечення масової комунікації.

Професія виникає там і тоді, де й коли починають говорити про професіоналізм, майстерність. Професіоналізм журналіста як кому­ні­катора сьогодні є очевидним. Власне, ми й намагаємося розрізняти у журналістській справі професіоналів і непрофесіоналів, любителів, “чайників”. Професія журналіста існує, інша річ, який її статус і до якої сфери людської діяльності вона належить. Відповідь одна: до сфери професіональної масової комунікації як виду суспіль­но-куль­тур­ної діяльності і має статус творчої про­фесії, пов’яза­ної зі ство­рен­ням неповторних, оригінальних тво­рів.

Творча праця відрізняється від нетворчої тим, що при творчій пра­ці не можна поставити на потік виготовлення стандартних пред­метів виробництва. Продукт творчої праці завжди існує в одному при­­­мірнику й позначений індивідуальністю виготівника, його світо­ба­­чен­ням, розумінням життя тощо. Під час комунікації сказане мов­цем слово — це тільки його слово, що виражає тільки його задум, сподівання, тільки його емоції. Але це зовсім не означає, що творча праця раз і назавжди позбавлена технологізації процесів праці, уні­фі­кації певних операцій. Межа між “творчим” і “нетворчим” змінна, вона залежить від стану професії, рівня наукового розвитку су­спіль­ства, освіченості виконавця роботи. Очевидним сьогодні є те, що, на­при­клад, пошук інформації для написання творів більшою мірою стає вже справою технологічної освіченості, ніж творчого натхнен­ня.

У складних формах діяльності, як і професіональної ма­со­вої ко­му­ні­кації, ряд процесів може мати чисто творчий харак­тер, а інші процеси можуть технологізуватися й “ставати на потік”, а та­кож переходити у сферу виробництва.

Для розуміння співвідношення творчого й виробничого у струк­турі діяльності необхідно уявити її структуру.

*Масова комунікація як суспільно-культурна діяльність включає дії мовців (комунікантів), а також дії мас (комунікатів). Очевидним є те, що контакт між комунікаторами опосередкований засобами масо­вої комунікації, які функціонують у системі масової комуніка­ції для забезпечення впливу комунікантів на комунікатів.*

1. Яке ж співвідношення творчих і нетворчих процесів у струк­турі масової комунікації та чим зумовлене це співвідно­шен­ня? 2. Чому виробничі процеси у структурі масової комунікації при­­ве­ли до піднесення масовоінформаційної діяльності у наш час і чим по­зна­чений розвиток сучасної інформаційної індустрії у світі?

Постараємося якомога коротко відповісти на поставлені запи­тан­ня.

1. Комунікація від природи своєї є конституюючим фактором су­­спіль­ного розвитку. Немає спілкування — немає спільноти. Як­що ми, фантазуючи, припустимо, що суспільство, яке не розвивається, може бути без науки, освіти, то без спілкування, без передачі інфор­мації суспільство існувати не може взагалі.

На ранніх етапах суспільного розвитку комунікація має виключ­но опера­ці­о­нальний рефлекторно-поведінковий характер і залежить від віталь­них, тобто життєвозабезпечувальних, потреб людей. Лю­ди об’єднувалися в колективи, групи з метою отримання їжі, будів­ництва житла тощо. У цій ситуації комунікація виступала знаряд­дям об’єднання у групи.

З суспільним розвитком і перетворенням комунікації в систему усвідомлених, цілеспрямованих дій, скерованих на процес свідо­мо­го вста­нов­­лен­ня й підтримання контактів між членами суспіль­ства, спілкування могло набирати характеру творчого процесу, коли ре­ак­ція комуніката прогнозувалася мовцем, подумки “створювала­ся”, “пророблялася” у своїй уяві і була ніби витвором мовця.

З глобалізацією процесу комунікації, зокрема виникненням фор­ми масового спілкування, творчий характер комунікації міг посту­пово втрачатися через свідоме втручання в акт комунікації: його планування, прогнозування реакції мас, свідоме керування масами тощо. Комунікація ніби стає на “виробничий конвеєр”.

Ми, сучасники, є свідками того, як у структуру професіональної масової комунікації включаються елементи виробничого процесу, пов’язані з агітацією, пропагандою, маніпулюванням масами, зом­бу­ван­ням людей. Якщо комунікацію розглядати як виробничу ді­яль­ність, це означає, що ми повинні ставитися до неї як до процесу, що відбувається з використанням певних технологій; масу людей, що зазнала такого технологічного впливу, розглядати як предмет ко­му­нікативного виробництва. Це означає, що інтелектуальна й емо­ційно-вольова поведінка мас поставлена на “виробничий кон­веєр”, що мовець чи мовці ніби виробляють поведінку мас, штам­пують її за певними алгоритмами, на основі певних наукових розробок.

Я намалював вам жахливу картину впливу на людей. Як бути? Чи можна обмежити людство у втручанні в процеси комунікації? На якому рівні варто розглядати вплив на маси?

Думаю, я не зроблю відкриття, коли скажу, що поступ людства в пізнанні самого себе і своїх процесів зупинити не можливо. При­му­сова, диктаторська зупинка людства матиме такі ж жахливі на­слід­ки, як і, скажімо, зомбування мас. Людству нічого більше не залишається, як тільки скерувати свою розумову енергію у пра­виль­не русло, хоч межа між “правильним” і “неправильним” на­стіль­ки хистка, що її неможливо завжди правильно провести.

В усі часи комунікація як вплив людини на людину залишиться і на рівні поведінки, зокрема, у побутових ситуаціях, простих ситу­а­ціях мовлення, і на творчо-діяльнісному рівні, коли, наприклад, учи­тель готується до уроку, лектор до виступу й прогнозує реак­цію ау­ди­торії. Але ніхто не заборонить людству розглядати кому­ні­ка­­цію і на виробничо-діяльнісному рівні. Інша річ, на що має бути спря­мована така комунікація. Це вже залежить від виховання, куль­тури тих, хто розглядає комунікацію як працю, спрямовану на пере­творення мас з одного стану в інший. А хіба комунікація, вклю­чена у сферу педагогічної діяльності, не є позитивним факто­ром у формуванні молодшого покоління? Хіба такої комунікації треба боятися? Не можна допускати культової комунікації, яку пе­ре­жив колишній Радянський Союз, фашистсько-гебельсівської про­­­­па­ганди, якої зазнала Німеччина. Треба на сторожі слова й дій по­ставити честь і совість, мудрість і далекоглядність, щоб уникну­ти спілкування як форми духовного рабства і закабалення, розроб­ле­ної у царстві темних сил і застосованої до людей за шкідливими тех­но­ло­гіями.

Виробничий підхід до процесу масової комунікації був зумов­ле­ний самою структурою масової комунікації та переходом люд­ства на рівень побудови індустріального суспільства. Якщо усне спілкування могло мати пове­дінковий характер, то письмове, пов’­яза­не зі створенням текстів, так чи інакше набувало творчого ха­рак­теру, оскільки мовець уже свідомо працював над твором,, тво­рив свою картину світу. В той же час написання текстів твору, зокрема, їх дублю­вання набувало виробничого характеру, бо було пов’язане з ви­готов­ленням знакових форм твору за певними прави­ла­ми й на ос­но­ві конкретних друкарських технологій, що час від часу удо­скона­лювалися.

З розвитком технологій у виробничу сферу потрапили й такі про­цеси масової комунікації, як збір даних через інформаційні ме­ре­жі й збереження інформації у вигляді банків даних, виробництво носіїв інформації — книг, газет, журналів тощо, виготовлення засо­бів масової комунікації як інформаційно-знакових систем, які, з од­ного боку, є творчим продуктом, бо створені одним або кількома авторами, дизайнерами, художниками, редакторами, сценаристами, режисерами тощо, а з іншого боку, оформлені за певними прави­лами й стандарта­ми й розмножені у великій кількості. Таким чи­ном, у структуру масо­вої комунікації, особливо професіональної, були включені виробничі процеси, що лягли в основу виникнення інфор­маційної індустрії.

2. Намагання поставити масову комунікацію на рейки виробни­цтва дало поштовх розвитку масовоінформаційної діяльності як ви­роб­ни­чої й становленню галузей інформаційного виробництва, та­ких як преса, телебачення, радіомов­лення, книговидання тощо.

Особливого розвитку масовоінформаційна діяльність набрала в ХХ столітті, позначеному глобальними економічними й соціаль­ни­ми трансформаціями. В той же час світова інформаційна індустрія, що сформувалася на основі розвиненої масовоінформаційної діяль­но­­сті, стає причиною глобальних трансформацій у світі. Як заува­жує до­слі­д­ниця О. В. Зернецька, характер цих нових глобальних тран­с­фор­ма­цій “великою мірою визначається й тим, що людство нині вступає в ін­формаційну еру — еру складних процесів комуні­каційної револю­ції, інформаційних вибухів, які врешті-решт впли­ва­ють на встанов­лен­ня нового світового порядку”. І далі: “Глобаль­ний розвиток си­стем масової комунікації дедалі більше впливає на епохальні зрушен­ня” [Зернецька О. В., 7].

**Інформаційна індустрія** (або індустрія ЗМК, чи мас-медіа) зай­ма­­ється, зокрема, виробництвом носіїв ма­сової інформації як засо­бів ма­со­вої ко­­му­­нікації, формує інформаційний простір держави, ве­де по­лі­тику в ін­фор­маційному просторі, збирає, зберігає, пере­робляє й по­ши­­рює ін­фор­мацію. Становлення й розвиток інформа­ційної інду­стрії як сфери виробництва засобів масової комунікації (ЗМК), або засо­бів масової інформації (масового інфор­мування) (ЗМІ), зу­мов­лений (1)*роз­ширенням сфери інформаційних потреб су­­спіль­­ст­ва*, (2) *су­спіль­но-економічним і науково-технічним роз­вит­­ком су­спіль­ства*, (3) *процесами* ***глобалізації*** *системи масової кому­нікації, а також інших комунікаційних систем – виробничих, про­фе­сій­них тощо*.

Свідченням розвитку інформаційної індустрії в Україні є хоч би такий факт: у 1997 році в Україні було зареєстровано 4824 періо­дичні видання, у 1999 — 5700 [Цит. за: Масова комуніка­ція, 7; Основи, 510].

За даними С. С. Свириденка на 1989 рік, з початку XV ст. ін­фор­­ма­ційний потік зріс десь у 30 разів. Щорічно у світі друку­ється близько 100 тис. журналів шістдесятьма мовами, 5 млн. наукових статей, книг, брошур, 150 тис. дисертацій і звітів. Таке найважли­віше для науково-технічного прогресу джерело інфор­мації, як все­світній фонд списку винаходів (патентів) становить близько 500 млн. сторінок тексту і щорічно поповнюється на 1 млн. доку­ментів. Щохвилини у світі друкується близько 2 тис. сторінок наукових текстів [Свириденко С. С., 9; Різун В. В. та ін., 3—4]. Зрозуміло, що такий обсяг інформації не може збиратися, збері­га­тися, аналізуватися, оброблятися, готуватися й поширюва­тися без спеці­альних методів, технік, технологій, без технічних засо­бів. Ще у травні 1984 року на міжнародному семінарі в Бала­тон­сеплаке (Угорщина), який відбувся з ініці­а­ти­ви Інституту до­слі­­джень і документації при Міжнародній організації журналістів і був присвячений проблемі нових технологій у масовій комуні­кації, прозвучала фраза, що протягом вісімдесятих років у світі роз­повсюджено інформації більше, ніж за всю історію людства. Обсяг інформації подвоюється через сім—вісім років. Такий ін­фор­маційний вибух спричинив розвиток новітніх інформаційних техно­ло­гій, оскільки в усіх сферах діяльності стала помітною не­рівновага між уведен­ням і виведенням інформації (пропорція десь між 5:1 і 13:1, тобто з п’яти—три­надцяти введених одиниць виводиться лише одна). Суспільство, яке користується паперо­вою технологією, неспроможне обробити і вчасно видати інфор­ма­цію. При­родно, питання нових інформаційних технологій по­ста­ло як першочергове. А рівень майстерності журналіста почав оцінюватися його умінням володіти новіт­ні­ми інформаційними технологіями [Різун В. В., 5].

Розвиток інформаційних технологій як способів, прийомів, про­­­цесів, засобів організації інформаційної діяльності, теоретич­них знань про них є складником розвитку культури народу, ос­кільки вони пов’язані з освоєнням важливої й складної форми ру­ху матерії — інформації. “Так, в історії культури, згідно з філо­софією процесу, визначним представником якої став амери­кан­ський філософ Чарлз С. Пірс (1839—1914), етап ціле­спрямова­ного перетворення і використання інформації є третім, вищим ета­пом розвитку культури людства і технологій зокрема. Цей іс­то­ричний порядок розвитку технологій — від ціле­спря­мованого перетворення і використання матеріальних предметів (перший етап) та цілеспрямованого перетворення і використання енергії (другий етап) аж до цілеспрямованого перетворення і викори­­­стан­ня інформації (третій етап) — є водночас логічним поряд­ком, оскільки енергетичні носії і машини передбачають існування звичайних засобів праці, а також вони є необхідною передумовою розвитку і використання інформаційних носіїв — комп’ютерів, супутників тощо” [Різун В. В., 9].

Наявність технології праці лежить в основі розвитку певного ви­роб­ництва та цілої індустрії. Успіх розвитку інформаційної інду­стрії незмінно пов’язаний зі створенням досконалих засобів органі­зації праці, з автоматизацією процесів ін­фор­­маційного виробницт­ва. Автоматизація виникає лише на високотехнологічних ділянках виробничих процесів, оскільки схематичне, автоматичне виконання пев­них виробничих операцій, введення будь-якого пристрою в дію може бути лише там, де виробничі операції легко формалізуються або успішно були формалі­зо­ва­ні, а значить, глибоко усвідомлені, про­аналізовані. Автоматизація виробничих про­це­сів є проявом ви­со­­кого рівня технологізації виробництва і складовою части­ною будь-яких технологій.

Інформаційні технології базуються на понятті *інформації як “знятого” в нежи­вому матеріалі відображення дійсності, яке от­ри­мують, зберігають, переробля­ють, видають, розподіляють і ви­ко­ристовують*. Уже цей перелік операцій, на думку В. П. Ка­ши­рі­на, свідчить про те, що інформація є предметом і продуктом інфор­маційної індустрії і подібна до речовини та енергії. Заслуга в цьому перш за все належить кібернетиці [Каширин В. П., 58].

Основними атрибутами будь-якої технології є *технологічний пред­­­­мет (об’єкт), технологічні засоби праці та технологічний про­цес* [Гуманітарні технології, 13]. Технологічний процес скла­дається з багатьох операцій, які в своїй сукупності можуть стано­вити певну *техніку*. Таким чином, технологічний процес може бути визначе­ний як система технік, що використовуються для досягнення певної мети.

В інформаційному виробництві технологічним предметом є ін­фор­мація на пев­ному носії, або засіб масової комунікації. Техноло­гіч­ними засобами праці є засоби отримання, зберігання, об­роб­ки і т. д. інформації на матеріальних носіях. Сюди на­ле­жить, зокрема, ком­­п’­­ютерна техніка, поліграфічні машини. Технологічний про­цес включає процеси збору інформації, її обробки, аналізу, зберігання, виго­тов­лення, тиражування, поширення. Відповідно, виділяються тех­ніки: техніка збо­­ру інформації, техніка аналізу тощо. На жаль, система технік для інформа­цій­них технологій не досить розгалуже­на і відпрацьована, що пов’язано з немож­ливістю алгоритмізувати й автоматизувати сьогодні деякі комунікаційні про­цеси. Так, вибір актуальної теми, її аналіз важко уніфікуються й алгоритмізу­ються.

Способи організації виробничого процесу і сам виробничий про­­цес залежать від предмета праці, від знання про нього. У цьому ви­пад­ку прийнято говорити про матеріалознавство як основу тех­ноло­гічного процесу, оскільки від знання про предмет праці зале­жить і сама організація праці. Тому знання про матеріальні носії інформації й саму інформацію (газету, журнал, книгу, телепе­редачу, текст, ви­дання тощо) є основою інформаційної технології.

Щодо технологічних засобів, то інформаційна індустрія все ж не є багатою, про що свідчить неспроможність наших машино­будівних технологій виготовляти такі машини, які б змогли мате­рі­алізувати тех­ніки аналізу, змістової обробки інформації та ін. Іс­ну­ючі технічні засоби, що вже стали традиційними,— магнітофон, друкарська ма­шин­ка, радіоприймач тощо — виконують здебіль­шого репро­дук­тив­ну функ­цію і можуть матеріалізувати тільки ті операції, які пов’язані з від­творенням голосу та зображення. Ці засоби виконують свою про­дук­тивну роль, але особливого зна­чен­ня вони набувають в ком­плексі з новітніми технічними засобами, до яких необхідно від­нести, зок­рема, комп’ютерну та іншу елек­тронну техніку. Ця тех­ніка прин­ци­­пово відрізняється від репро­дуктивних технічних засо­бів. Вона, по­­ряд із функцією відтво­рен­ня, здатна матеріалізувати операції от­ри­­мання, збереження та обробки інформації. Людський мозок, попри всю його доско­на­лість, не здатен зберігати й обробляти швидко­плин­ний інфор­маційний потік. Електронна техніка уможли­вила ма­те­ріалізацію ін­формаційних процесів і дала поштовх для розвитку комп’ютер­них інформаційних технологій.

Комп’ютерна техніка завдяки своїй здатності керувати інфор­ма­ційними процесами стала важливим технологічним засобом в інфор­ма­ційній сфері. Сучасний фахівець фактично має під рукою (1) ін­фор­маційне джерело у вигляді банків даних, де інформація є мало­дискретною (малорозірваною) у просторі й часі, доступною зав­дяки інформаційним мережам у будь-якому куточку земної кулі; (2) ана­літичний пристрій, який допомагає фахівцю приймати рішен­ня; (3) ді­агностичний пристрій, здатний контролювати си­ту­ацію взає­мо­дії фахівця з технологічним об’єктом і коригувати дії фахівця; (4) кі­бернетичний пристрій, що здатен керувати діями фа­хівця через си­стему інтерфейсних пристроїв (динамік, принтер, монітор, телефон тощо).

Комп’ютерна техніка якоюсь мірою моделює діяльність фахів­ця че­рез матеріалізацію основних технік, які доводилося фахівцю вико­ну­ва­ти вручну. Прийде час фахівців-кіберів, але це стане мож­ливим тільки на базі штучного інтелекту. Поки що ком­п’­ю­тер­на тех­ніка для людини залишається лише потужним технологіч­ним засо­бом, особ­ливо в інформаційній сфері. Виникає питання до­ціль­ності включення в діяльність фахівця інформаціологічного про­філю ком­п’ю­терної тех­ніки. Вона повинна використовуватися лише на етапах рутинної ро­бо­ти людини або в ситуаціях, пов’язаних із великими енергетичними людськими затратами чи значними потуж­ностями.

Комп’ютерна техніка входить у діяльність людини своїми апа­рат­но-програмними засобами у вигляді автоматизованих робочих місць (АРМ), інформаційно-пошукових систем (ІПС), автоматизованих ін­фор­маційних систем (АІС), експертних систем (ЕС), банків даних (БД), інформаційних мереж тощо. Ця техніка не просто включається у виробничу діяльність людей, вона формує новітні технології, витіс­ня­ю­чи традиційну, що пов’язано з соціально-психологічною і професій­ною періорієнтацією та адаптацією виробників. Природно, що зміна найменшого технологічного ланцюжка порушує весь технологічний процес, робить переоцінку всіх задіяних у даній сфері виробничих технологій. Тому соціальна адаптація комп’ютерної технології — це соціально складний процес, що зачіпає інтереси установ і виробників. Ця новітня технологія примушує переосмислити навіть сам процес виробництва. Так, трапилося з редакційно-видавничими технологія­ми, які завдяки комп’ютерній техніці гуманізувалися, оскільки майже кожній людині став доступним процес виготовлення оригіналу-маке­та на персональному комп’ютері.

Комп’ютерні технології зачепили інтереси кожного працівника ін­фор­маційної сфери, змусили його позбавитися виробничих стереоти­пів, дбати про підвищення своєї кваліфікації, освоїти нову техніку, змі­­ни­ти культуру виробництва, виробничі стосунки. Так, комп’ю­тер­ні технології фактично переорганізували редакційно-видавничий про­цес у бік розширення зони функцій редакції і скорочення функцій друкарні. Процеси макетування, верстки перейшли в редакцію, а дру­карні залишилися процеси поліграфічного відтворення та тиражу­ван­ня. Завдяки програмному забезпеченню, спеціально зорієнтованому на видавничу діяльність, перестають існувати окремо процеси набо­ру, коректури й правки. Технологічно це може бути єдиний процес, цілісність якого залежить від програмного продукту.

Якісне, високотехнологічне виготовлення носіїв інформації зумов­лене суспільною необхідністю виробляти досконалі, естетично офор­м­­лені носії інформації, потрібні для розвитку людини й суспільства в цілому, збереження й передачі інформації з покоління в покоління, формування інформаційної системи суспільства, розвитку науки, тех­ні­ки, культури тощо. Будь-який текст, від кількох надру­кова­них ряд­ків до багатотомного видання, є неоціненним джерелом інформа­ції, вмістилищем духу народного, інформаційним каналом між ми­нув­ши­ною і прийдешністю. Кожен текст є проявом загаль­нона­род­ної інфор­маційної системи, в якій живе дане покоління. В ос­ми­сленні цієї значимості тексту більш важливою й вагомою зда­ється робота друкарки, складальника, коректора, які своєю працею створюють справді графічні шедеври національної культури.

Для інформаційної системи суспільства технологія виготов­лення но­сіїв інформації не є індиферентною (байдужою). Адже від швидкості, зо­крема, друкарських процесів залежить швидкість роз­­­повсюдження ін­фор­мації. З погляду природного, передача ін­фор­мації має бути латент­ним, безперебійним, прискореним проце­сом, і будь-які збої, що зачі­па­ють ці характеристики процесу пере­дачі інформації, згубно позна­ча­ють­ся на самій же природі. Інфор­маційні технології в суспільстві як соціо­ло­гізовані способи й про­це­си передачі інформації, на відміну від природ­них, є певним чи­ном громіздкими, уповільненими процесами через ни­зь­­кий рівень автоматизації, диспропорцію між здатністю вводити й виво­дити інформацію, неспроможністю оперативно переробляти й видавати великі інформаційні масиви, фіксувати їх на паперових чи інших носіях. Відкритість і свідома регульованість інформаційних про­це­сів у суспіль­стві, з одного боку, позитивний факт, бо дозволяє робити селекцію ін­формації, визначати канали її поширення тощо. Інформаційні потоки у певному соціумі завжди суспільно регульо­вані, і в цьому полягає сам механізм розвитку й існування соціаль­них інформаційних систем, де різні суспільні інститути — від осо­би до певного колективу — впли­ва­ють на формування інформа­ційних потоків. А з іншого боку, є негатив­ним явищем, оскільки стороннє втручання в сокровенне інформаційних процесів не зав­жди коректне, буває надто суб’єктивним.

Отже, активний розвиток інформаційних технологій у наш час, що спричи­нив фор­му­вання цілої інформаційної індустрії, пов’яза­ний із впливом науково-технічного прогресу на систему масової комунікації. “У 80-ті роки,— пише О. В. Зернецька,— карди­наль­но змінився сві­товий ландшафт у галузі масової комунікації через низку глобальних трансформацій, що відбулися в ній. Передусім, це технічні відкриття та технологічні зміни останньої чверті ХХ ст. Вони забезпечили стрімкий розвиток НЗМК, зокрема кабель­ного і супутникового телебачення. За одне десятиліття індустрі­ально розвинені країни перейшли від однієї телевізійної епохи до іншої, яку можна назвати епохою нечуваного роз­квіту всіх видів те­ле­бачення” [Зернецька О. В., 54]. Диджитальна рево­люція, як пише далі О. В. Зернецька, тобто використання в техніці запи­су, передачі та обробки інформації за допомогою бінарних кодів, спри­чи­нила тектонічні зміни в глобальних процесах масової комуні­кації. Во­на стала початком глобалізації системи масової комуні­кації, що про­яви­лося, зокрема, в конгломеруванні мас-медіа з ком­п’ютерною мульти­ме­діа. Утворюються великі компанії, концерни, конгломе­рати, групи, у володіння яких входять різні ЗМК. Мульти­медіа-концерни у сфері масової комунікації стають ознакою нашого часу.

Україна з часу проголошення незалежності теж стала на шлях глобалізації системи масової комунікації, розвитку власної інфор­ма­ційної індустрії. Ми відчули потребу у фор­муванні свого, вла­сного інформаційного простору, не залежно­го від Москви. “Якщо раніше,— писав А. З. Москаленко,— абсолютну більшість стано­ви­ла компартійна преса, то нині картина докорінно змінилася” [Масо­ва комунікація, 7]. Збільшилася кількість періодичних видань на­при­кінці 90-х років. Створення недержавних ЗМК поряд з дер­жа­в­ни­ми засвідчило те, що в Україні будується демократичне суспіль­ство. За даними А. З. Москаленка, серед засновників видань, які роз­­пов­сюджуються по всій Україні, перше місце посідають комер­ційні структури, друге — приватні особи, третє — наукові та науко­во-виробничі установи, четверте й п’яте відповідно поділяють орга­ни державного управління та громадські організації. Більшість ви­дань із загальнодержавною та зарубіжними сферами розповсю­джен­ня (54%) засновані недержавними структурами.

На сьогодні, за даними комп’ютерного банку Держкомінформу (довідка № 301/4 від 06.09 2000 р.), загальна кількість періо­дич­них видань в Україні понад 10 тис. З них зареєстровано і перере­єстро­вано видань для загальнодержавної, регіональної й за­ру­біж­ної сфе­ри розповсюдження 4479: газет — 1858, журналів — 2000, бюле­те­нів — 236, альманахів — 52, збірників — 273, ка­лен­дарів — 45, дай­джестів — 15. Періодичних видань з місцевою сферою розпов­сюдження управліннями у справах преси станом на 01.01 2000 р. зареєстровано і перереєстровано 6410. З них газет — 5432, жур­налів — 662, збірників — 110, альманахів — 42, дайджестів — 6, бю­летенів — 149, календарів — 9.

Протягом 1995—1999 років Національною радою України з пи­тань телебачення й радіомовлення видано ліцензії 791 телераді­о­організації. З них 73 організації телерадіомовні (67 ефірних, 2 ефір­но-кабельні, 4 ефірно-проводові), 346 — телемовні (258 ефірних, 76 кабельних, 8 ефірно-кабельних, 4 супутникові), 372 — ра­діо­мовні (113 ефірних, 255 проводових, 4 ефірно-проводові) У тому числі видано 78 ліцензій 28 державним телерадіоорганізаціям, з яких 24 телерадіомовні, 2 телемовні, 2 радіомовні.

Розвиток інформаційної індустрії, як бачимо, відбувається в усіх сферах інформаційного виробництва, які можна назвати галузями. *Галузі інформацій­ного вироб­ни­цтва*: преса, аудіовізуальна галузь (телебачення, радіомов­лення), книговидання, електронна галузь, га­лузь ін­формаційного забезпе­чення.

Серед названих галузей особливої уваги заслуговує новітня сфе­ра інформаційного виробництва ­— електронна галузь. Виготов­лення електронних видань, що поширюються, зокрема, через мере­жу Internet, є технологічно особливим процесом, який поєднує в собі видавничі й комп’ютерні технології. Окрім того, під упливом комп’ютерної технології модернізується структура видання, процес користування ним. Можливо, змінюється сама ідеологія ви­дан­ня як виокремленого в інформаційному просторі носія інфор­мації. Елек­трон­не видання як частинка загальної інформаційної системи вхо­дить у неї не тільки ідеологічно, а й фізично; воно існує в тому ж віртуальному світі, що й інші електронні видання, і пов’язане з ни­ми на основі різних, зокрема, гіпертекстових зв’язків. Через це пе­ре­хід від видання до видання може здійснюватися на основі про­грамно й фізично змодельованих структурних зв’язків, які творять єдину глобальну інформаційну систему — паралельний соціальній ре­альності інформаційний світ, який поступово стає частиною цієї соціальної реальності.

Окремо необхідно сказати і про галузь інформаційного забез­пе­чення. Поряд з виготовленням ЗМК існує спеціальна сфера збору, об­робки, аналізу, збереження, виготовлення й поширення інфор­ма­ції, яку використовують виробники ЗМК. Справою інформаційного забезпечення займаються інформаційні агентства, прес-служби, спе­ціальні служби, які є *виробниками інформації*.

До *виробників ЗМК* відносяться журналісти, письменники, пра­ців­ники друкарень, редакцій, видавництв, студій тощо. Серед ви­робників ЗМК можна виділити виробники-організа­ції: редакції, ви­дав­ництва, студії, агенції, бюро, а також професійні групи вироб­ників ЗМК: клуби, спілки, асоціації.

Існують міжнародні урядові й неурядові асоціації, спілки вироб­ників ЗМК та інформації: Європейська телерадіомовна спілка (EBU), Асоціація комерційного телебачення (ACT), Спілка асоціа­ції редакторів газет (CAEJ), Європейська асоціація рекламних агентств (EAAA), Європейський рекламний тріумвірат (EAT — Euro­pean Advertising Trepartite), Всесвітня асоціація християнської комунікації, Міжнародна католицька спілка преси, Міжнародна ко­мунікаційна асоціація, Міжнародна організація журналістів (МОЖ), Міжнародна федерація журналістів (МФЖ), Федерація араб­ських журналістів (ФАЖ), Конфедерація азіатських журналістів (КАЖ) то­що (за даними [Зернецька О. В., 11­—12]).

Інформаційна індустрія має свої органи управління. *Органи уп­рав­ління інформаційною індустрією в Україні*: Державний комітет ін­фор­ма­ційної політики, телебачення та радіомовлення України (Держ­ком­ін­форм), Національна рада України з питань телебачення та радіо­мовлення, Комітет у справах свободи слова та інформації ВР Ук­раїни, місцеві управління у справах преси та інформації, сектор моніто­рин­гу розвитку культури і духовності секретаріату Кабінету Міністрів України. Про ці органи управління та виробників ЗМК мож­­на прочитати у виданні *Хто є хто в українських мас-медіа.— К.: “К.І.С.”, 1999.— 541 с.*

У системі інформаційної індустрії існують *заклади або центри підготовки і перепідготовки та під­вищення кваліфікації виробників ЗМК*. До таких центрів відноситься й Інститут журналістики Київ­ського націо­наль­ного університету ім. Тараса Шевченка, який є головним науково-ме­то­дичним центром підготовки журналістів в Україні. На базі Ін­сти­туту журналістики діють науково-методична ко­мі­сія з журна­лі­стики при Міністерстві освіти та науки, спеціа­лізована рада для за­хисту кандидатських і докторських дисертацій, секція фахової ради з гу­ма­нітарних та соціальних дисциплін, яка займається ліцензуван­ням й акредитацією спеціальностей напрямку “журналістика” і т. д.

Сьогодні в Україні більше 15 факультетів і відділень журналі­сти­ки. Серед них варто назвати факультет журналістики Львівського уні­­­­вер­ситету, факультет видавничої справи та редагування Україн­ської академії друкарства.

У 2000 році при Інституті журналістики створено Центр перепід­готовки та підвищення кваліфікації журналістських кадрів Київсь­ко­го національного університету ім. Тараса Шевченка на виконання до­ру­чення прем’єр-міністра України.

Інформаційна індустрія України й сфера масової комунікації в ці­ло­му не може існувати без науки. *Науково-дослідні заклади* й центри в інфор­маційно-комунікативній сфері покликані вести моніторинг за ЗМК, їх функціонуванням, аналізувати масовокомунікаційні процеси тощо. В Україні основним науковим центром вивчення ЗМК та ма­со­­вої комунікації є Інститут журналістики. В Інституті сім кафедр (ви­давничої справи та редагування, періодичної преси, організації ма­со­во­інформаційної діяльності, міжнародної журналістики, телеба­чення та радіомовлення, мови та стилістики, історії літератури та жур­налістики), які безпосередньо й ведуть наукову діяльність. Се­ред українських науково-дослідних закладів, що займаються, зок­рема, й питаннями виробництва ЗМК, можна назвати Український науково-дослідний інститут спеціальних видів друку. Дослідження у сфері друку і книговидання активно проводить Українська ака­демія дру­карства.

Дослідження ЗМК є частиною загального питання вивчення ма­сової кому­ніка­ції. Історія дослідження масової комунікації, як зау­ва­жує О. В. Зернецька [Зерне­ць­ка О. В., 19 і далі], має кілька етапів. Пер­ший етап — від початку ХХ ст. до кін­ця 30-х років — це етап зародження інтересу до явища масової комунікації. Дру­гий етап — 40-ві—початок 60-х років — період “легалізації” предмета дослі­джень, створення теорії масової комунікації. Третій етап — друга половина 60-х — кінець 70-х років — період урізноманітнення до­слід­ницьких напрямків. Чет­вертий етап — 80-ті—90-ті роки — від­криття нових аспектів масової комунікації у поєднанні з іншими су­спільними та технічними науками.

Українська наука про масову комунікацію активно розвивається. В Інституті журналістики працюють і працювали відомі учені, пра­ці яких є вагомим внеском в історію української науки про масову комунікацію. Перший директор Інституту журналістики проф. А. З. Москаленко, колишній професор інституту Г. Г. Почеп­цов, нині професор Інституту міжнародних відносин, професори В. І. Шкляр, В. Ф. Іва­нов, Б. І. Черняков, В. Я. Миронченко, доценти Т. О. При­сту­пенко, В. В. Бугрим та ін. при­свя­тили свою творчість вивченню ЗМК або масово­інфор­маційних чи масовокому­ні­ка­ційних процесів.

Уся ця потужна інфраструктура інформаційної індустрії та сфери масово­кому­нікаційної діяльності покликана забезпечувати вироб­ни­­цтво масової інформації, ЗМК, забезпечувати їхнє функціону­ван­ня.

*Засоби масової комунікації,* або *мас-медіа,* поділяються на друко­ва­ні, аудіовізуальні, електронні. ЗМК є носіями масової ін­фор­мації, або засобами її передачі.

На думку О. В. Зернецької, ЗМК зазнали швидкої й докорінної змі­­ни у 80—90 роках ХХ століття [Зернецька О. В., 8]. Виникли нові засоби масової комунікації (НЗМК) — супутникове, кабельне теле­ба­чення, відео, відеотекст, супутникове пряме телевізійне мов­лення, яке постачає програми “прямо додому”, використовуючи до­маш­ні антени-“тарілки” в обхід наземних приймальних телеві­зій­них стан­цій, комп’ютерні засоби, супутникові системи віддалених сенсорних спостережень, мультимедійні системи, телефони, факси (згідно з “Те­ле­комунікаційним актом” 1996 р., прийнятим у США) поряд зі звичними ЗМК (наземне телебачення, радіомовлення, всі різновиди звукозапису та його поширення, кіно, друковані видання).

Активний розвиток ЗМК свідчить не лише про демократичні про­це­си в суспільстві, а й про формування потужної інформаційної інду­стрії в державі, професіоналізації масовоінформаційної та масово­кому­ні­каційної діяльності.

*Література*

*Бондаренко А. Д.* Современная технология: теория и практика.— Киев; До­нецк: Вища шк., 1985.— 171 с.

Гуманітарні технології: Конспект лекцій / За ред. В. В. Різуна.— К.: Видав­ни­чий дім “КМ Academia”, 1994.— 60 с.

*Зернецька О. В.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнарод­ні відносини.— К.: Освіта, 1999.— 351 с.

*Каширин В. П.* Философские вопросы технологии.— Томск: Изд-во Том. ун-та, 1988.— 286 с.

Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іва­нов, В. А. Вергун.— К.: Либідь, 1997.— 216 с.

Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник / А. З. Мо­скаленко, Л. В. Гу­берський, В. Ф. Іванов / Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка.— К., 1999.— 634 с.

*Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації.— К.: Видавничий центр “Київський уні­вер­ситет”, 1999.— 308 с.

*Різун В. В., Мелещенко О. К*. Інформаційні мережі в засобах масової інфор­мації. Канал ИНФО-ТАСС / Київ. ун-т ім. Тараса Шев­ченка.— К., 1992.— 96 с.

*Різун В. В.* Основи комп’ютерного набору і коректури: Під­ручник.— К.: Ли­бідь, 1993.— 172 с.

*Свириденко С. С.* Современные информационные техно­ло­гии.— М.: Радио и связь, 1989.— 300 с.

*Смирнов С. В.* Становление основ общественного производства (Материаль­но-технический аспект проблемы).— К.: Наук. думка, 1983.— 260 с.

*Dance F.* The Concept of Communication // Journal of Commu­nication.— 1970.— # 20.— P. 201—210.

*Goban-Klas T*. Media i komunikowanie masove. Teorie i analizy prasy, radia, tele­wi­zji i Internetu.— Warszawa—Kraków: Wydawnictwo naukowe PWN, 1999.— 336 s.

*Walińska de Hackbeil H.* Pojęcie “komunikacja” w amerykańskiej teorii komu­nikacji społecznej: Докт. дис….— Uniwersytet Wrocławski, 1975.