

*whose development is fast-paced, and it makes a significant contribution to sensory technologies and sensory systems. It is obvious that in the future, the post man as a robot will exist in two modifications: both will have the same intellectual ability, however, one type of robot will be a friendly, loyal comrade friend, and the other one - will sow evil. It is possible that the post man will never appear, but the tendencies of the development of modern high technologies, including sensory, as well as sensory systems, can lead to the appearance of a superman. In any case, this opportunity should not be excluded even in the near future, as humanity faces a number of global problems that require resolution, one of which may be an alternative way of developing the human race. All these results can serve as benchmarks for further research of this.*

**Key-words:** *sensory technologies, sensory systems, post human, nonlinearity, complexity, innovative society, adaptive reality, biomedical practices.*

**УДК 316.77**

**Зленко Н. Н.**

Сумской государственной педагогической  
университет имени А.С. Макаренко

**ПОНЯТИЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:  
СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ ОСМЫСЛЕНИЯ**

*Статья посвящена рассмотрению понятия, сущности и функциям массовой коммуникации в современном обществе. анализируются различные научные направления (неомарксистский или политэкономический; оптимистический или социокультурный; бихевиористский) к характеристике данного феномена.*

*Автором представлена характеристика роли и места средств массовой информации и в особенности интернета, который определяет уровень коммуникативности общества, влияя на организацию жизни и формирование мировоззрения. Доказано, что понятие массовой коммуникации пронизывает все стороны жизни общества, социальных групп, отдельных индивидов и приводит к многочисленным трансформациям социума.*

**Ключевые слова:** *массовая коммуникация, средства массовой информации, интернет, виртуальная реальность, масс-медиа.*

Современная эпоха, характеризующаяся ускоряющимися глобализационными процессами, немыслима без активно развивающихся и высокотехнологичных коммуникативных процессов. Глобальное экономическое пространство, объединяющее и взаимообуславливающее практически все региональные и национальные экономики, во многом в своей основе имеет именно коммуникативные процессы, протекающие в современном обществе и определяющие его структуру, характер и перспективы развития.

В украинской и зарубежной философской мысли коммуникативная проблематика нашла свое отображение в работах М. Бойченко, Т. Лукмана, Ч. Кули, Х. Гадамера, Ф. Иванова, Н. Лумана, А. Леонтьева, А. Назарчука, С. Квита, А. Соколова, К. Шеннона, М. Василика, М. Мак-Люэна, Г. Почепцова, В. Ризуна, Л. Ситниченко, Ф. Шаркова и др.

Данный термин нельзя назвать устоявшимся, существует множество подходов и определений. Еще в 1909 году Чарльз Кули выделяет коммуникацию как средство актуализации человеческой мысли. Он считал, что «...под коммуникацией понимается механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений - все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени. Она включает в себя мимику, общение, жесты, тон голоса, слова, письменность, печать, железные дороги, телеграф, телефон и самые последние достижения по завоеванию пространства и времени. Четкой границы между средствами коммуникации и остальным внешним миром не существует. Однако вместе с рождением внешнего мира появляется система стандартных символов, предназначенная только для передачи мыслей, с нее начинается традиционное развитие коммуникации» [2, 379].

В свою очередь, согласно Н. Луману, значение коммуникации в современном обществе определяется несколькими обстоятельствами. Во-первых, коммуникация – это самая малая из возможных единиц социальной системы; во-вторых, она является подлинно социальной (и единственно подлинно социальной) операцией, хотя она и оперирует через системы сознания, но автономна от них, поскольку сама является автопоэтической (самонастраивающейся) системой; в-третьих, без коммуникации невозможно выстроить общественное (коллективное) сознание и достичь консенсуса [4, 86].

Как отмечает современный исследователь ряда коммуникативных теорий Ф. Шарков, в середине XX века (к. 40-х – н. 50-х гг. XX века) выделились два подхода к изучению коммуникации: 1) рационалистический, основу которого составляли концепции технологического детерминизма (теории информационного общества, в которых информация рассматривалась как основа культуры, а средства массовой информации – как источник социального развития); 2) иррационалистический, представленный понимающей социологией (концепции взаимопонимания между людьми, рассматривающие действия, целью которых была коммуникация) [7, 65].

Как видим, результативность коммуникации складывается из многих компонентов. Анализ коммуникации в современной философской мысли отличается плюрализмом и поливариантностью. На сегодня, в истории развития коммуникаций выделяют три коммуникационные революции: изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс-медиа.

Исходя из сказанного, очевидно, что коммуникация есть социально обусловленным процессом передачи и восприятия информации в условиях межличностного, группового и массового общения на основе использования различных каналов и средств.

В эпоху НТР с развитием технических средств передачи информации, с интенсификацией международных, межгрупповых и межличностных связей процесс социальной коммуникации становится массовым, что актуализирует изучение такого типа коммуникации, как «массовая коммуникация». Анализ термина «массовая коммуникация» в современной философской мысли отличается плюрализмом и поливариантностью. Данное понятие имеет широкую трактовку: оно описывает все существующие связи в обществе (идеологические, экономические, политические, социальные, культурные, информационные). На базе общей теории коммуникации и теории информации массовая коммуникация рассматривается в русле проблематики философии, социологии, психологии, этнографии, лингвистики и других гуманитарных наук. Но наибольшую важность для теоретического и прагматического аспектов массовой коммуникации представляют междисциплинарные направления, отраженные в таких интегративных научных дисциплинах, как психолингвистика, социопсихология, социолингвистика, социокоммуникация и др., поскольку изучение взаимодействия многих факторов, которые обуславливают массовую коммуникацию, позволяет выяснить самое сокровенное - ее механизм, способ функционирования и средства воздействия на общество и индивидов.

Массовая коммуникация обладает рядом свойств, которые отличают ее от других типов коммуникации: 1) тотальностью в том смысле, что территория охвата и число людей, подпадающих под ее влияние, стремится к планетарному масштабу; 2) односторонностью: коммуникатор говорит как бы в пустоту, не ожидая ответной реакции; 3) использованием технических средств передачи – электронных медиа, влияние которых становится все сильнее; 4) доступностью: передаваемая информация должна усваиваться людьми разного интеллекта, возраста, профессии и т. д., что способствует формированию особого языка, стиля и формы передаваемого сообщения [3, 38-43].

Принято считать, что начало исследованиям массовой коммуникации как социального явления положил немецкий социолог М. Вебер (1864-1920), основоположник понимающей социологии и теории социального действия.

По мнению Я. Засурского, «массовая коммуникация породила практически новое направление в мировой науке. Во всех странах появились исследования аудитории телевидения, аудитории радиовещания, путей воздействия на сознание этих новейших тогда систем коммуникации, особое же внимание уделялось влиянию на развитие сознания и поведение детей» [1, 5].

На сегодня, можно говорить о трех взаимосвязанных направлениях исследований массовой коммуникации:

1. Неомарксистская концепция идеологического принуждения в контексте теории массового общества (Г.Шиллер, Т.Адорно, Г.Маркузе, Р.Ч.Миллс, П.Лазарсфельд), изучающая символическое значение сообщений массовой коммуникации, которые выражают идеологическое принуждение и формируют культурный аппарат поддержания политического господства.

2. Оптимистическая, или социокультурная теория «расширения общественной сферы» (М. Маклюэн, Ю. Хабермас, Г. Иннис, У. Шрамм), идущая от М. Вебера, которая сосредоточена на вопросах организации деятельности масс-медиа и обеспечения необходимой конкуренции для выражения многообразия политических, культурных, национальных и прочих точек зрения.

3. Бихевиористская концепция символического интеракционизма и «публичного восприятия», сосредоточенная на рассмотрении формирующихся посредством масс-медиа коллективных представлений, которые интегрируют индивидов как членов массовых аудиторий через сообщение им чувства солидарности друг с другом (Дж. Г. Мид, Г. Блумер).

Установлено, что массовая коммуникация опосредствует общественные отношения и связи, направлена на их изменение и совершенствование, тем самым она является фактором социального сотрудничества и достижения консенсуса, развития демократических процедур разрешения социальных конфликтов, формирования общности социальных чувств и идей. Поэтому, чем более развиты различные системы коммуникации, тем более общество способно через согласительные процедуры разрешать социальные конфликты, развивать и совершенствовать общественные отношения. И наоборот, чем менее развиты системы коммуникации, тем более общество подвержено решать их не эволюционным путем, а посредством насилия.

В связи с тем, что проблемы массовой коммуникации, обусловлены возрастающей ролью в обществе самой массовой коммуникации, вызывают научную активность отечественных и зарубежных социологов. Исследования массовых коммуникаций способствуют развитию и совершенствованию отношений в обществе – массовые коммуникации и являются основой для понимания проблем и явлений в деятельности современных средств массовых коммуникаций.

Термин «массовая коммуникация» применим к тем средствам публичного выражения, посредством которых любое сообщение может охватить большие рассредоточенные аудитории, т. е. самые широчайшие массы населения. К их числу можно отнести электронные средства распространения информации: кино, радио, телевидение, Интернет. Внедрение Интернета открывает новую эру в развитии коммуникации. Интернет – это продукт современного общества, состоящий из совокупности сетей. В его специфику входит предоставление огромного количества

информации, через средства коммуникаций, таких как электронная почта, региональные, глобальные и локальные сети связи. При помощи Интернет предоставляется доступ к многочисленным объемам информации, которые хранятся в различных уголках нашей планеты. Кроме того, существуют печатные формы распространения информации: газеты, книги, плакаты, листовки, брошюры. Специфичными являются такие средства передачи сообщения, как устные выступления и слухи [6, 12].

Средства массовой коммуникации выполняют самые многообразные функции, в том числе образования и социализации, рекламы, развлечений, научного и культурного просветительства и т.д. Они оказывают влияние почти на все сферы и институты общества, включая политику, образование, религию и т.д. С помощью СМИ формируется, распространяется и сохраняется массовая культура в различных ее вариантах, они играют важную роль в формировании, функционировании и эволюции общественного сознания. Средства коммуникации не только ведут к состоянию тотального восприятия и сиюминутного осознания действительности, но и способствуют расширению органов и чувств человека в пространстве и во времени.

Как видим, под мощным воздействием новых коммуникативных систем родилась культура «реальной виртуальности», которая изменяет тип человеческого сознания, духовный мир, систему ценностей и социальных отношений. Виртуальный дизайн перестраивает психофизиологическую систему человека, приучая его получать информацию в невербальном виде, мышление и коммуникации – не в форме логической конструкции, а энергетическими квантами, визуальным образом. Увеличение объема информации и скорость ее распространения повышает зависимость человека от социума, от управленческих структур. Средства массовой коммуникации обладают способностью акцентировать внимание мировой общественности как на позитивных аспектах, так и на кризисных моментах современного состояния мирового сообщества. Система международного мира и безопасности во многом зависит от международной информации и коммуникации.

Необходимо отметить, что развитие коммуникаций включает в себя и такие процессы, в ходе которых информация не только передается, но и искажается, может самопроизвольно возрастать или угасать. Массовая коммуникация по самой своей природе требует инноваций и жадно ассимилирует, что придает ей динамичность и непредсказуемость ее эффектов. В условиях свободы слова, гласности, права каждого на получение и распространение информации, общество должно учиться использовать возможности массовой коммуникации с максимальным эффектом.

Массовая коммуникация также является фактором формирования и самоорганизации гражданского общества, в котором существует конкуренция и альтернативность социальных секторов, общественных формирований,

отличающихся высокой массово-коммуникативной активностью и осуществляющих противодействие манипулированию общественным сознанием, монополизации и концентрации власти, способствующих сохранению общественной целостности. В гражданском обществе, по определению К. Поппера, его члены сознательно вовлечены в социальную активность; они «отказываются сидеть сложа руки, переложив всю ответственность за управление миром на долю человеческих и сверхчеловеческих авторитетов» [5, 26].

На современном этапе общественного развития важна мобилизация научных и общественных сил всех заинтересованных ведомств для организации всестороннего объективного изучения состояния средств массовой коммуникации, их аудитории. Без коммуникации невозможно конституирование социальных общностей, социальных систем, институтов, организаций, невозможно существование социальности, социума как такового. Коммуникация пронизывает все стороны жизни общества, социальных групп и отдельных индивидов. Всякое исследование социальной жизни затрагивает те или иные ее формы. Влияние массовой коммуникации как многомерного и многостороннего процесса на культурный и духовный климат нашей эпохи огромен. Быстрые изменения во всех сферах жизнедеятельности человека приводят к многочисленным трансформациям социума. Становление информационного общества ведет к модификации мировоззрения, информационной культуры, идентичности личности XXI века.

Таким образом, по мнению, Ф.И. Шаркова, «появилась четвертая информационно-коммуникационная волна», которая сегодня не имеет ни физических, ни географических, ни административно-государственных, ни цензурных границ; она одновременно увеличивает интенсивность коммуникаций и начинает ограничивать межличностные коммуникации и переводить их в виртуальную плоскость [8, 12].

Исходя из сказанного, очевидно, что массовая коммуникация выступает тем социально детерминированным, ориентированным, организованным и интегрированным видом общения, элементом социального управления, который сформировался исторически. На сегодня, общество представляет собой не только совокупность людей, но и совокупность отношений между ними в различных сферах жизнедеятельности. Демократические институты и нормы, рыночные отношения, политические процессы не могут реально осуществляться без информационного плюрализма и качественно новых массово-коммуникативных структур, способствующих оптимизации социальных реформ. В связи с этим проблемы массово-коммуникативной сферы современного общества нуждаются в широких научных дискуссиях.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Засурский Я.Н. Социологические аспекты журналистской науки / Я.Н. Засурский // Журналистика. – 2006. – №1. – С. 3-6.
2. Кули Ч. Общественная организация / Чарльз Кули // Тексты по истории социологии XIX-XX вв. Хрестоматия. – М.: Наука, 1994. – С. 379-382.
3. Лавриненко В.Н. Методологическое значение теории социальных интересов в исследовании современных общественных явлений / В.Н. Лавриненко // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – № 1. – С. 38-43.
4. Луман Н. Общество как социальная система / Н. Луман. – М.: Логос, 2011. – 640 с.
5. Поппер К. Открытое общество и его враги. М.: Феникс, 1992. – Т.1. – 440 с.
6. Харитонов М.В. Психология современных массовых коммуникаций: монография. / М.В. Харитонов. – СПб: Изд-во СПбАУЭ, 2010. – 352 с.
7. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков. – 3-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 592 с.
8. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации / Ф.И. Шарков. – М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2002. – С. 12-13.

### REFERENCES

1. Zasurskiy YA.N. Sotsiologicheskiye aspekty zhurnalistskoy nauki / YA.N. Zasurskiy // Zhurnalistika. – 2006. – №1. – S. 3-6.
2. Kuli CH. Obshchestvennaya organizatsiya / Charl'z Kuli // Teksty po istorii sotsiologii XIX-XX vv. Khrestomatiya. – M.: Nauka, 1994. – S. 379-382.
3. Lavrinenko V.N. Metodologicheskoye znacheniye teorii sotsial'nykh interesov v issledovanii sovremennykh obshchestvennykh yavleniy / V.N. Lavrinenko // Znaniye. Ponimaniye. Umeniye. – 2012. – № 1. – S. 38-43.
4. Luman N. Obshchestvo kak sotsial'naya sistema / N. Luman. – M.: Logos, 2011. – 640 s.
5. Popper K. Otkrytoye obshchestvo i yego vragi. M.: Feniks, 1992. – T.1. – 440 s.
6. Kharitonov M.V. Psikhologiya sovremennykh massovykh kommunikatsiy: monografiya. / M.V. Kharitonov. – SPb: Izd-vo SPbAUE, 2010. – 352 s.
7. Sharkov F. I. Kommunikologiya: osnovy teorii kommunikatsii : uchebnik / F.I. Sharkov. – 3-ye izd. – M. : Izdatel'sko-torgovaya korporatsiya «Dashkov i K», 2012. – 592 s.
8. Sharkov F.I. Osnovy teorii kommunikatsii / F.I. Sharkov. – M. : ID «Sotsial'nyye otnosheniya», Izd-vo «Perspektiva», 2002. – S. 12-13.

## АНОТАЦІЯ

### **Н.М. Зленко** **Поняття масової комунікації: філософські аспекти осмислення**

*Стаття присвячена розгляду поняття, сутності та функцій масової комунікації в сучасному суспільстві. аналізуються різні наукові напрямки (неомарксистський або політекономічний; оптимістичний або соціокультурний; біхевіористський) до характеристики даного феномена.*

*Автором представлена характеристика ролі та місця засобів масової інформації та особливості інтернету, який визначає рівень комунікативності суспільства, впливаючи на організацію життя і формування світогляду. Доведено, що поняття масової комунікації пронизує всі сторони життя суспільства, соціальних груп, окремих індивідів і призводить до численних трансформацій соціуму.*

**Ключові слова:** *масова комунікація, засоби масової інформації, інтернет, віртуальна реальність, мас-медіа.*

## SUMMARY

### **N.M. Zlenko** **The concept of mass communication: the philosophical aspects of comprehension**

*The article is devoted to the concept, essence and functions of mass communication in the modern society. Various scientific directions (neo-Marxist or political economical, optimistic or sociocultural, behavioral) are analyzed to characterize this phenomenon.*

*The author presents a description of the role and place of the media and especially the Internet, which determines the level of communicative society, influencing the organization of life and the formation of the worldview. It is proved that the concept of mass communication permeates all aspects of the life of society, social groups, separate individuals and leads to numerous transformations of the society.*

**Key words:** *mass communication, mass media, Internet, virtual reality, mass media.*