



**Ганна РУДНИЦЬКА**  
*кандидат наук із соціальних комунікацій,  
старший викладач  
кафедри соціальних комунікацій  
Маріупольського державного університету*

УДК 007:304:001(045)

### **ВИЗНАЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОГО ВЕКТОРА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАС-МЕДІА**

*У статті обґрунтовано визначення поняття зовнішнього вектора соціальної комунікації, розглянуто особливості його реалізації у сфері функціонування мас-медіа. Особлива увага зосереджена на зміні властивостей міжнародної інформації в сучасному глобалізованому світі та основних положеннях теорії гейткіпінгу у процесах добору новин.*

**Ключові слова:** *глобалізація, зовнішній вектор, гейткіпінг, соціальна комунікація, міжнародна інформація.*

Глобалізаційні процеси сучасного світу актуалізують роль соціальної комунікації на міжнародному рівні. У зв'язку з цим зростає вага інформації, отриманої з меж національних кордонів держав, яка забезпечує цілісність уявлень про світ, стає важливим джерелом знань про оточуючу реальність. З урахуванням вагомості ролі міждержавної комунікації виникає потреба дослідження її особливостей у сфері репрезентації реальності. Оскільки визначальною є роль мас-медіа у процесах обміну інформацією між державами, особливо у сфері побудови картини світу соціуму та його учасників, актуальним вбачається зосередитись на процесах репрезентації засобами масової комунікації (ЗМК) реальності, на шляху від події життя до її медіа-відображення. Інформація про міжнародні події на рівні функціонування мас-медіа найчастіше вводиться у систему соціальних комунікацій за допомогою міжнародних новин. Для поглиблення та удосконалення дослідження міжнародної комунікації нами запропоновано визначення зовнішнього вектора соціальної комунікації.

У статті враховані точки зору стосовно процесів міжнародної комунікації В. Владимірова, О. Гресько, О. Гриценко, О. Зернецької, В. Іванова, Є. Макаренко, О. Мелешенка, Г. Почепцова, В. Різуна, І. Слісаренка, А. Чічановського та інших науковців.

Вагомий вплив на формування теоретико-методологічних засад дослідження мали праці зарубіжних дослідників, серед яких: О. Варганова, Й. Галтунг, М. Грачов, С. Гьярвард, Е. Денніс, Я. Засурський, М. Маклюен, Дж. Меррілл, С. Михайлов, І. Рогозіна, М. Руге, Е. Фіхтеліус, П. Шумейкер.

**Мета статті** – обґрунтувати визначення зовнішнього вектора соціальної комунікації та розкрити особливості його реалізації в сфері функціонування мас-медіа.

Враховуючи важливу роль соціальної комунікації в обмінах інформацією між різними соціумами та їх учасниками, беручи до уваги особливу актуальність сучасних

міждержавних інформаційних обмінів і велику роль ЗМК у цих процесах, слід звернути увагу на розуміння поняття міжнародної інформації в галузі мас-медіа.

Нині інформація відіграє ключову роль у сучасних світових процесах людство наразі проходить нову стадію свого розвитку, визначену як інформаційну. Їй великою мірою сприяє розвиток комунікаційно-цифрових технологій. У результаті відбулося не лише нівелювання кордонів між державами при переданні інформації і прискорення інтеграційних та глобалізаційних зрушень – інформація якісно змінила свою сутність, інтегруючись у політичну, економічну, культурну сфери суспільного життя, завдяки своїм новим властивостям: доступності, невичерпності, легкості в обробці, швидкості передачі, слабкому ступеню регулювання тощо.

Держава втратила свою монополію на контроль за суспільством, оскільки разом із сутністю інформації змінилася інтенсивність інформаційного обміну у зв'язку зі збільшенням кількості суб'єктів міжнародних відносин. Процеси обміну інформацією між країнами, які раніше відбувалися на офіційному державному рівні з залученням владних структур, тепер перемістилися й у неофіційну площину. За таких обставин ЗМК, використовуючи інформацію як основу своєї діяльності, стають тією ланкою, що об'єднує весь світ – політичну, економічну, культурну сфери суспільної життєдіяльності.

У сучасному світі інформація вільно виходить за межі національних кордонів держави, оскільки світ характеризують глобалізаційні процеси, підкріплені високим ступенем науково-технологічних досягнень – кордони між державами не здатні стримувати інформаційні потоки.

Розповсюдження інформації в світі важко стримувати й контролювати, оскільки технології, зокрема супутникові, дозволяють передавати дані без будь-яких перешкод на високих швидкостях. Ще в 1946 р. Генеральна Асамблея ООН прийняла Резолюцію 59 (I), в якій наголошувалося, що свобода інформації – це фундаментальне право людини та основа всіх видів свобод, заради яких утворена ООН [4]. Але в сучасному світі інформація здатна перетворюватися на потужну зброю, провокуючи “інформаційні” та “психологічні” війни. О. Робінов ставить глобальний характер впливу інформаційної зброї на один рівень зі зброєю масового знищення та визначає появу нового її виду – інформаційно-технологічного [6, с. 4]. Недарма питання регламентації міжнародних інформаційних процесів постають разом з проблемами державної безпеки, оскільки інформація, що надходить з-за кордону, здатна впливати на внутрішні процеси країни.

Проте, на міжнародному рівні підписано низку угод, які регламентують обмін інформацією. Як зазначає Є. Макаренко, на міжнародні обміни інформацією розповсюджують дію всі загальні імперативні принципи міжнародного права, які доповнюються рядом спеціальних принципів: право держав на здійснення або санкціонування здійснення транскордонного телерадіомовлення; зобов'язання держав припиняти й попереджувати поширення ідей, заборонених міжнародним співтовариством; зобов'язання держав забезпечувати вільний доступ громадськості до джерел інформації (за винятком обмеженого доступу за національним законодавством); право держав припиняти поширення ідей, які несуть загрозу державній безпеці, громадському порядку, моральному здоров'ю нації; право держав розвивати свої інформаційні інфраструктури для досягнення політичних, економічних та культурних цілей; зобов'язання припиняти й попереджувати використання засобів інформації для ворожої пропаганди та втручання у внутрішні справи держав [3, с. 123–124].

У рекомендаціях Комітету Міністрів Ради Європи № R/97/20 від 30 жовтня 1997 р. зазначається, що в процесах інформаційного обміну мають бути певні обмеження стосовно розповсюдження ідей расизму, ксенофобії, антисемітизму та інших видів нетерпимості; ідеологій, політичних установок та практичних методів, що

призводять до розпалювання расової ненависті, насилля та дискримінації [5]. Але незважаючи на зусилля світової спільноти впливати на міжнародні інформаційні обміни, міжнародна інформація характеризується невисоким ступенем контролю. Ще однією важливою властивістю міжнародної інформації є її зрозумілість. Оскільки міжнародна інформація перебуває на межі між різними мовно-культурними світами, то постає питання адекватності її сприйняття, адже від отриманого в результаті повідомлення залежить подальше прийняття рішень. Серед властивостей міжнародної інформації, крім достовірності й актуальності, особливо у сфері масових комунікацій, ціниться її новизна; цей критерій безпосередньо впливає на те, чи приверне інформація до себе увагу з боку мас-медіа.

Процеси циркуляції міжнародної інформації відбуваються за двома напрямками: екстраспрямованому та інтраспрямованому. Екстраспрямований потік інформації йде з країни за кордон, до зарубіжної аудиторії. Інтраспрямований надходить в країну з-за кордону.

Цю закономірність циркуляції міжнародної інформації можна перенести на процеси соціальної комунікації. Розглядаючи процеси обміну інформацією між соціумами або їх учасниками, ми констатуємо, що потік інформації, який йде від соціумів або їх учасників до інших соціумів чи їх учасників, – екстраспрямований, зворотній потік – отримання інформації, що надходить від інших соціумів або їх учасників, – інтраспрямований.

Природно, що соціуми в системі соціальних комунікацій взаємодіють з іншими соціумами, а їх учасники можуть обмінюватись інформацією як в межах свого соціуму, так з учасниками інших соціумів. Обмін інформацією в межах одного соціуму здійснюється за внутрішнім вектором. У процесі обміну інформацією між різними соціумами та їх учасниками реалізується зовнішній вектор соціальної комунікації.

Під вектором ми розуміємо цілеспрямований обмін інформацією. У галузі соціальної комунікації зовнішній вектор реалізується на рівні взаємодії різних соціумів та їх учасників.

На тлі сучасних глобалізаційних процесів важливого значення набувають міждержавні інформаційні обміни. Розглядаючи особливості міждержавної комунікації на рівні функціонування мас-медіа, ми розуміємо соціум як людей в межах однієї держави.

Беручи до уваги вказані вище два напрямки руху інформації – інтраспрямований та екстра спрямований, ми можемо уявити процес обміну інформацією між соціумами (державами). Зовнішній вектор у нашому тлумаченні не може дорівнюватися екстраспрямованому напрямку циркуляції міжнародної інформації. Він об'єднує обидва напрямки. Головне – це те, що зовнішній вектор забезпечує рух інформації між соціумами щодо інших соціумів. Наприклад, інформація, котра йде за екстраспрямованим напрямком з однією країною до іншої, реалізує зовнішній вектор соціальної комунікації, як і інформація, що поступає до країни з-за кордону.

Таким чином, зовнішній вектор соціальної комунікації ми розуміємо як цілеспрямований обмін інформацією між соціумами чи їх учасниками щодо інших соціумів або їх учасників.

На міжнародному рівні у сфері функціонування мас-медіа зовнішній вектор соціальної комунікації реалізується у поданні міжнародних новин. До того, новини про події у світі, подані у ЗМІ певної країни, реалізують зовнішній вектор соціальної комунікації. І новини про події в країні, висвітлені у світових ЗМІ, також репрезентують зовнішній вектор соціальної комунікації.

Д. Макквейл запропонував два варіанти ланцюга виробництва новин, в яких наявні чотири однакові елементи: подія, критерії оцінки і відбору новин, інтерес публіки і повідомлення. Відповідно до погляду з боку медіа послідовність має такий вигляд: події –

критерії новин – повідомлення – інтерес до новин. На початку цього ланцюга знаходяться ті непередбачувані події, на які реагують медіа, використовуючи певні критерії оцінки, їх важливості для своєї аудиторії. Альтернативна модель має вигляд: інтерес до новин – критерії новин – події – повідомлення. Тут відправною точкою є емпіричні уявлення про те, що викликає інтерес аудиторії, впливає на набір новинних критеріїв [1, с. 67].

Стосовно питань добору новин, то на позначення таких процесів широко вживається термін “гейткіпінг” (пер. з англ. “gate” – “ворота”, “keeping” – “утримання, захист”). Вперше до наукового обігу його ввів К. Левін у 1947 р., описуючи жінку як особу, що вирішує, яка їжа врешті опиниться на родинному столі. При цьому вона контролює “канали”, котрі постачають продукти (сад, супермаркет тощо). Кожний канал поділений на секції, в яких наявні “ворота” (gates), – ті фактори, що впливають на остаточний вибір, формуючи його. Відповідно гейткіпер (“воротар”) – це людина, яка вирішує, що саме має пройти крізь “ворота” (gates) при здійсненні вибору в межах певного процесу. К. Левін дійшов думки, що модель гейткіпінгу (theory of gates – теорію “воріт”) “можна застосовувати відносно процесів відбору новин, які надходять згруповано певними комунікаційними каналами” [7, с. 145].

У межах медіа-студій термін “гейткіпінг” почав розглядати Д. Вайт. Подальші дослідження В. Гібера, Дж. Макнеллі, А. Басса, Р. Брауна, Дж. Дімміка, В. Беннетта й інших науковців розширили та змінили підходи до розуміння теорії гейткіпінгу, які нині характеризуються комплексністю і наявністю декількох рівнів аналізу цього явища. П. Шумейкер зазначила, що відбувся перехід від вузького розуміння цього явища (вплив на вибір новин гейткіперів) до ширшого (гейткіпінг визнають як індивідуальну роботу гейткіперів у певній інституції, так і внутрішні та зовнішні фактори, що на нього впливають) [11].

У межах внутрішніх факторів враховують: 1) критерії цінності новин; 2) підходи до збору інформації (власні кореспонденти, інформаційні агентства, прес-релізи та інші джерела); 3) власну позицію репортерів, редакторів; 4) розмір новинної організації; 5) джерела фінансування новинної організації; 6) рентабельність діяльності новинної організації; 7) кількість представництв за кордоном; 8) технічні способи передачі повідомлень; 9) інтереси аудиторії; 10) кількісний та якісний склад аудиторії.

Серед національних (зовнішніх) чинників, які стосуються життя певної країни та знаходяться поза новинними організаціями, розглядають соціальні, культурні, економічні, політичні, ідеологічні. З процесами гейткіпінгу тісно пов’язані чинники, які визначають цінність зарубіжних новин. Розглядаючи питання цінності новин, П. Шумейкер та її колеги доводять, що девіантність та соціальна значущість – два чинники, які домінують над іншими в структурі новин [9; 10]. Під девіантною новиною вони розуміють таку, в якій руйнуються та порушуються соціальні норми й закони. П. Шумейкер та П. Коен поділяють чинник соціальної значущості на чотири аспекти: політичний, економічний, культурний, суспільний. У межах політичної ваги розглядаються події, в яких йдеться, наприклад, про вибори, діяльність різноманітних органів влади, схвалення законів або їх порушення тощо. Події економічного значення – безробіття, експорт-імпорт, бюджетні питання тощо. Культурну важливість мають події, пов’язані з питаннями релігії, етнічні, мовні питання, навіть подія про відкриття музею тощо. Суспільно вагомі події: питання, пов’язані з життям у місті, здоров’я, навколишнього середовища, природних катаклізмів тощо [12, с. 65].

Проте принцип ненормальності (девіантності) (якщо пес кусає людину – це не новина, а новина – це якщо, навпаки, людина кусає собаку) не є абсолютним. Так, Е Біяджі зазначав, що не завжди щось екстраординарне створює новину. Залежить вона від того, “яку людину вкусив пес”. Євангелісти розповідають про Ісуса, який йшов по воді, але якщо б він йшов по дну, все одно цей епізод заслуговував би на увагу [8].

Цей критерій відносний, бо “ненормальність” залежить від того, що є ненормальним на певний

момент. Він може змінюватися.

Таким чином, зовнішній вектор соціальної комунікації – це цілеспрямований обмін інформацією між соціумами чи їх учасниками щодо інших соціумів або їх учасників. На міждержавному рівні у сфері функціонування мас-медіа зовнішній вектор реалізується у викладі ЗМІ міжнародних новин, які репрезентують міжнародну реальність. В основі міжнародних новин полягають міжнародні події. З процесами циркуляції міжнародних новин тісно пов’язане поняття міжнародної інформації, серед основних властивостей якої у міждержавній комунікації – доступність, невичерпність, легкість в обробці, нерівномірність розподілу, висока швидкість розповсюдження, слабкий ступінь контролю, інтеграційний характер, двовекторність циркуляції.

Систематизувавши підходи до наукового розуміння терміна “гейткіпінг”, можна зробити висновок, що це – процес фільтрації новинних повідомлень на шляху від події реального життя до її медіа-репрезентації. Він враховує наявність комплексу внутрішніх (зумовлених особливостями функціонування новинної організації) та зовнішніх (національних) факторів. Серед зовнішніх сил діють політичні, ідеологічні, економічні, соціальні, культурні, географічні фактори, серед внутрішніх – особливості конкретної новинної організації, враховуючи її економічні особливості, ідеологічні, технічні характеристики тощо, а також критерії визначення цінності новин.

Можна визначити два періоди в розвитку теорії гейткіпінгу: початковий (друга половина ХХ ст.) і сучасний (початок ХХІ ст.). Для першого періоду характерне звужене розуміння процесів гейткіпінгу – як вплив на кінцевий результат осіб-гейткіперів. Сучасний період характеризується комплексним багаторівневим аналізом зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на добір новин. З процесами гейткіпінгу тісно пов’язані критерії новинності міжнародних подій, основними з яких є культурна і географічна близькість, масштабність, девіантність, негативність, елітарність.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация : западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
2. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : монография : в 5 ч. / В. Ф. Иванов. – К. : Акад. укр. прессы; Центр свободной прессы, 2010. – Ч. 5 : Глобализация. – 119 с.
3. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика : монографія / Є. А. Макаренко. – К. : Наша культура і наука, 2000. – 368 с.
4. Резолюция 59 (I) Генеральной Ассамблеи ООН «Созыв международной конференции по вопросу о свободе информации» (14 декабря 1946 г.) // Независимая киевская адвокатская группа. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://nkag.org.ua/index.php?plugin=Content&path=Documents/Ur\\_docum\\_mejd\\_dorov/Ur\\_docum\\_mejd\\_dorov\\_rezol\\_oon\\_59](http://nkag.org.ua/index.php?plugin=Content&path=Documents/Ur_docum_mejd_dorov/Ur_docum_mejd_dorov_rezol_oon_59)
5. Рекомендация № R (97) 20 Комитета министров Совета Европы государствам-участникам по вопросам «разжигания ненависти» : (принята Комитетом Министров 30 октября 1997 г.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://umdp1.info/index.php?id=1234856955>
6. Робинов А. А. Ограничения свободы средств массовой информации в интересах борьбы с терроризмом (международно-правовые вопросы) : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.10 / А. А. Робинов. – М., 2003. – 204 с.
7. Lewin K. Frontiers in group dynamics II : Channels of group life; social planning and ac-

tion research / K. Lewin // Human Relations. – 1947. – Vol. 1. – P. 143–153.

8. Meucci A. Agenzie di Stampa e Quotidiani : Una notizia dall'Ansa ai giornali / A. Meucci // Università degli studi. – 2001. – 55 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.gips.unisi.it/files/wp42.pdf](http://www.gips.unisi.it/files/wp42.pdf)

9. Shoemaker P. J. Deviant acts, risky business, and US interests : The worthiness of world events / P. J. Shoemaker, L. H. Danielian, N. Brendlinger // Journalism Quarterly. – 1991. – № 68 (4). – P. 781–795.

10. Shoemaker P. J. Deviance as a predictor of newsworthiness : Coverage of International Events in the U. S. Media / P. J. Shoemaker, T. K. Chang, N. Brendlinger // Communication Yearbook / edited by M. McLaughlin. – Newbury Park : Sage Publication Inc, 1987 – 640 p.

11. Shoemaker P. J. Individual and routine forces in gatekeeping / P. J. Shoemaker, M. Eichholz, E. Kim, B. Wrigley // Journalism and Mass Communication Quarterly. – 2001. – № 78 (2). – P. 233–246.

12. Shoemaker P. J. News around the world : Content, practitioners and the public / P. J. Shoemaker, A. A. Cohen. – New York : Routledge, 2006. – 412 p.

**Анна Рудницкая**

### **Определение внешнего вектора социальной коммуникации в сфере функционирования масс-медиа**

В статье обосновано определение внешнего вектора социальной коммуникации, рассмотрены особенности его реализации в сфере деятельности масс-медиа. Внимание обращено на изменение особенностей международной информации с современным глобализационном мире и основных положениях теории гейткипинга в процессах отбора новостей.

**Ключевые слова:** глобализация, внешний вектор, гейткипинг, социальная коммуникация, международная информация.

**Hanna Rudnytska**

### **Definition of the External Vector of Social Communication in the Functioning of the Media**

The article explains the definition of the external vector of social communication, the features of its implementation in the field of activity of the media, attention is paid to the feature of international information changed with today's globalized world and to the main provisions of gatekeeping theory in the process of selecting news.

**Keywords:** globalization, external vector, gatekeeping, social communication, international information.