

Шайгородський Ю. Масмедіа як суспільно-політичний інститут: структура і функції. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін. Вип. 31. 2022. С. 26–34.

<https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series22.2022.31.03>

УДК: 32:316.3:004.77

Юрій Шайгородський,

доктор політичних наук, професор,

заступник директора з наукової роботи,

Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України

ORCID: 0000-0003-3281-6138; EMAIL: 23.00.01@ukr.net

МАСМЕДІА ЯК СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИЙ ІНСТИТУТ: СТРУКТУРА І ФУНКЦІЇ

Стаття ставить за мету визначення домінантних форм, структури та функцій сучасних медіа як суспільно-політичного інституту. Здійснено аналіз наукової літератури з проблем визначення та розрізнення понять «засобів масової інформації», «засобів масової комунікації» та «масмедіа». Наголошено на неузгодженості їх наукового трактування, а також – законодавчій невизначеності понять сучасних форм медіа, зокрема «засобів масової комунікації» та «масмедіа». На думку автора, однією з причин відсутності узгоджених і несуперечливих визначень цих феноменів є брак чіткого окреслення функцій зазначених суспільно-політичних інститутів. Вказується на відсутність законодавчого визначення функцій засобів масової інформації, наголошується на необхідності правового врегулювання суспільних відносин, що виникають під час використання інформаційних і комунікативних можливостей інтернет-мережі. Проаналізовано та виокремлено домінантні підходи зарубіжних і вітчизняних науковців до визначення основних функцій засобів масової інформації. Обґрунтовано необхідність уточнення цих функцій з огляду на посилення ролі інформації, зростання ваги інформаційних технологій в організації суспільного життя. На думку автора ключовим, і таким, що визначає функціональну спрямованість діяльності засобів масової інформації, є їх вплив на особистісну й масову психологію, на рівень загальної та політичної культури, на формування системи цінностей як основи цивілізаційного розвитку, конструювання смислів, порядку денного та напрямів суспільного розвитку.

Ключові слова: *засоби масової інформації, засоби масової комунікації, масмедіа, функції засобів масової інформації, суспільно-політичні інститути, політична культура.*

Вступ. Характерною ознакою сучасного етапу розвитку цивілізації є збільшення ролі інформації, зростання ваги інформаційних технологій в організації суспільного життя. Нині досить складно виокремити сферу людської життєдіяльності, яка залишилася б за межами інформаційного простору. Підвищення ролі інформації у розвитку всесвітньої

економічної, політичної, культурної інтеграції та уніфікації, з одного боку, є наслідком цих глобалізаційних процесів, а з другого – необхідною їх умовою.

Як і будь-який глобальний процес, формування загальносвітового інформаційного простору має як позитивні, так і негативні прояви. З одного боку, це швидке та практично безперешкодне поширення інформації, що дає можливість підвищити рівень інтелектуального розвитку, розширити можливості міжкультурної взаємодії, налагодити міжособистісну та міжгрупову комунікацію тощо. З другого – це широкі можливості для поширення неправдивої інформації, деструктивного впливу на масову свідомість та маніпуляцію нею. За таких умов особливої значущості набуває діяльність сучасних медіа – не лише як засобів та каналів передачі інформації, але і як інструментів своєрідного «розширення властивостей людини» (McLuhan, 1964).

Інформаційно-комунікативний ресурс масмедіа набув такого розвитку, що охоплює практично всі сфери діяльності людей, а комунікативна складова цього ресурсу перетворила його у своєрідний мейнстрим (Chomsky, 1997), від змісту якого значною мірою залежить визначення «суспільного порядку денного» (McCombs & Reynolds, 2002), домінантних напрямів культурного, наукового, суспільно-політичного, морально-етичного просторів життєдіяльності. На особистісному рівні mainstream media (Danesi, 2009, p. 182) впливають на оцінки та судження, на формування цінностей, ціннісних орієнтацій, смислів та світоглядних настанов, а відтак – на ставлення до суспільно-політичних процесів, визначення їх етико-моральних меж, мотивів, моделей і норм поведінки.

За умов розвитку інформаційних та комунікаційних технологій, створення глобальної інформаційної мережі поняття засобів масової інформації та їх функцій суттєво розширилися, набули нових форм. У цьому контексті традиційний поділ засобів масової інформації на друковані (преса) та електронні (радіомовлення, телебачення, кінопродукція, аудіопродукція), їх класифікація, а також визначення функцій потребує певного доповнення та уточнення. Тому **метою** статті є визначення домінантних форм сучасних медіа як каналів інформації та комунікації та виокремлення функцій масмедіа як суспільно-політичного інституту. Досягнення цієї мети, на нашу думку, можливе шляхом аналізу наукової літератури з проблем визначення поняття засобів масової інформації, визначення основних функцій масмедіа як суспільно-політичного інституту та виокремлення чинників, які впливають на функціонування медіа за сучасних умов розвитку інформаційного простору.

Використання міждисциплінарного підходу з опертям на **методи** загальнонаукового, філософського, системного, логічного, структурно-функціонального, соціально- та політико-психологічного аналізу уможливило, з одного боку, цілісне сприйняття об'єкта дослідження, з другого – виокремлення структури та функцій масмедіа, визначення спрямованості та можливих наслідків медіавпливу на рівень політичної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми масмедіа, зокрема в частині визначення цього поняття, а також розмежування споріднених – «засоби масової інформації», «засоби масової комунікації», «медіа», визначення їх функцій протягом останнього часу привертають увагу науковців. Положення фундаментальних зарубіжних досліджень з проблем медіа М. Маклюєна, Ж. Бодрієра, Н. Лумана, М. Кастельса, Е. Тоффлера та ін. розкриваються у вітчизняних наукових розвідках О. Баришпольця, Ю. Бондаря, М. Женченко, В. Іванова, А. Москаленка, П. Мудрак, Г. Почепцова, В. Різуна, В. Шевченко, В. Шкляра та ін. Політичні аспекти розвитку інформаційного суспільства, а також проблеми політичної комунікації висвітлені в працях Д. Арабаджієва, О. Бабкіної, В. Горбатенка, С. Даниленка, О. Маруховського, М. Остапенко, Н. Ржевської, А. Сіленко, А. Чічановського, Г. Щедрової та інших науковців.

Результати та дискусії. Передусім, варто зазначити, що протягом останнього часу поняття «медіа» усе частіше використовується і в наукових дискусіях, і в повсякденному

слововживанні, і в самих медіа. Цей термін набув ознак несуперечливої визначеності й використовується для означення всього комплексу інформаційних та комунікативних засобів. Водночас у науковій літературі почасти можна побачити вживання трьох «споріднених» термінів – засоби масової інформації (ЗМІ), засоби масової комунікації (ЗМК) та масмедіа. Одні науковці ототожнюють ці поняття (Мас-медіа у термінах і визначеннях, 2005, с. 39–40), інші – керуються підходом, в якому ЗМІ трактується як складова ЗМК (Іванов, 2010, с. 51–58). Здебільшого ж – дослідники сучасних процесів у медіасфері виокремлюють/розрізняють засоби масової інформації та засоби масової комунікації, наголошуючи на тому, що ЗМК є поняттям ширшим, аніж ЗМІ (наприклад, Квіт, 2008; Крюков, Бельська, 2015; Пахнін, 2018, с. 67).

Щоправда, як свідчить аналіз результатів цих та інших досліджень, ознак кардинальних відмінностей, окрім (здебільшого) вказівки на застосування нових інформаційних технологій, передусім з використанням інтернет-мережі та нових комунікативних форм (на кшталт соціальних та професійних мереж) не наводиться. Водночас наголошується на тому, що ЗМІ – це процес поширення інформації та її трансляція без зворотного зв'язку, тобто – «одностороння» комунікація, а ЗМК – засіб «двосторонньої» комунікації – процес, побудований на взаємодії між реципієнтом та комунікатором, а масмедіа трактується як своєрідне поєднання цих двох домінантних форм. Наприклад, у міжнародному виданні «Словник медіа та комунікацій» (Danesi, 2009, р. 188) «масмедіа» (mass media) визначається як «ЗМІ (радіо, телебачення, газети, періодичні видання, інтернет-сайти), які охоплюють велику аудиторію».

Попри те, що близько десяти законів України присвячені засобам масової інформації або ж спрямовані на регулювання діяльності ЗМІ (Про друковані засоби масової інформації, 1992, Про інформацію, 1992, Про телебачення і радіомовлення, 1993; Про телекомунікації, 2003 та ін.), незважаючи на неодноразове внесення змін до цих базових законів, законодавство й досі не містить понять «масмедіа» та «засоби масової комунікації». Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» обмежується визначенням поняття «друковані ЗМІ». Згідно з законом, це «періодичні і такі, що продовжуються, видання, які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію». Законом України «Про інформацію» (1992, ст. 22. п. 2.) засоби масової інформації визначаються як «засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації». У Законі України «Про захист суспільної моралі» (2003) поряд з поняттям «засоби масової інформації» використовується поняття «електронні засоби масової інформації» без їх термінологічного визначення.

Не сприяє визначеності основних понять, пов'язаних з інформацією та комунікацією, й розмаїття підходів до класифікації засобів масової інформації. Традиційно ЗМІ поділять на два основні типи: друковані (преса) та електронні (радіомовлення, телебачення, кінопродукція, аудіопродукція). Такий поділ є домінантним серед вітчизняних науковців (наприклад, Московцева, 2002; Каплій, 2013 та ін.). Водночас існує чимало наукових підходів до класифікації засобів масової інформації за іншими ознаками. Зокрема: за характером матеріального втілення інформації; за одночасністю перегляду; за територією поширення; за споживацькою аудиторією (Мудрак, 2014); за рівнем конвергентності – зближення й об'єднання різних технологій у нові види технологій (А. Фагерйорд, Т. Сторсул – в кн.: Журналистика и конвергенция, 2010); залежно від засновників та форми власності – державні, приватні, комунальні, партійні, громадські, суспільне телерадіомовлення (Про друковані засоби масової інформації, 1992; Про Суспільне телебачення, 2014) тощо.

Тобто, попри те, що «масмедіа» та «засоби масової комунікації» є інституційними складовими сфери інформаційної діяльності, незважаючи на те, що свобода цієї діяльності визнається базовим елементом і необхідною умовою демократичного розвитку, а вказівка на необхідність забезпечення свободи слова присутня у законодавчих та нормативно-

правових актах, у риторичі урядовців, політиків, журналістів та експертів, узгоджених і несуперечливих визначень зазначених понять поки що немає. Однією з причин цього, на нашу думку, може бути певна функціональна невизначеність цих суспільно-політичних інститутів. Визначення функцій засобів масової інформації у вітчизняному законодавстві відсутнє. Лише частково, на рівні ухваленого у квітні 2014 року Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», через декларацію мети створення акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (ст. 1), принципів (ст. 3) та основних завдань компанії (ст. 4) окреслено сутність і спрямованість діяльності (щоправда – окремого) телерадіомовника (Про Суспільне телебачення, 2014). Така неунормованість створює не лише певні труднощі у визначенні напрямів діяльності засобів масової інформації, але й почасти – породжує суперечності в її (цієї діяльності) оцінці.

Аналіз наукових розвідок, спрямованих на визначення функцій ЗМІ, засвідчив розбіжність підходів та певну суперечливість означень. М. Житарюк (Житарюк, 2008) узагальнив результати досліджень провідних закордонних та українських учених, спрямованих на визначення функцій сучасних ЗМІ. Спираючись на ці узагальнення, спробуємо виокремити основні функції ЗМІ, які є характерними для зарубіжних (американських та західноєвропейських) та українських інформаційних ресурсів. Зарубіжні автори (зокрема, В. Хагеманн, Р. Блюм, Ф. Бонд, Ф. Сібєрт, Т. Пітерсон, В. Шрам та ін.) виокремлюють такі функції ЗМІ: інформування; служіння політичній системі, забезпечення її інформацією; вплив на аудиторію; повчальна; обговорення громадських справ; критика та контроль за роботою влади; рекламування товарів та послуг; розважальна.

Українські науковці (Москаленко, 1998; Владимиров, 1998; Михайлин, 2003 та ін.) виокремлюють передусім такі функції* ЗМІ: інформаційна (інформаційно-пізнавальна); ціннісно-орієнтаційна (виховна, соціалізація); комунікативно-естетична (пропагандистська, ідеологічна, культурна, розважальна, рекламна); соціально-організаторська (контрпропагандистська); психологічної регуляції (соціологічна). Варто наголосити на тому, що функції ЗМІ – динамічні, змінні й політично детерміновані. Адже, як справедливо зазначає М. Житарюк, коло функцій ЗМІ за методологією радянських часів обмежувалося лише трьома: пропагандистською, агітаційною й організаторською (Житарюк, 2008).

Принагідно звернімо увагу на визначення поняття «функції ЗМІ» та їх трактування, які наведено в підручниках і посібниках для середньої загальноосвітньої школи. Нам видається це важливим з огляду на те, що для більшості громадян знання про ЗМІ як суспільно-політичні інститути та їх функції обмежуються програмою середньої школи. Посібник з навчального предмета «Людина і світ» для учнів 11-го класу загальноосвітньої середньої школи містить такі визначення функцій ЗМІ: «1. Комунікативна – полягає у формуванні світогляду й громадської думки. 2. Освітньо-пізнавальна – ЗМІ є джерелом ознайомлення з відкриттями у різних галузях знань, новими теоріями, концепціями. 3. Ідеологічна – пов'язана з пропагандою певних життєвих цінностей та їх популяризацією. 4. Організаційна – ЗМІ слугують знаряддям структурної організації суспільства. 5. Культурна – ЗМІ здійснюють пропаганду й поширення культурних надбань. 6. «Сторожового собаки» – боротьба ЗМІ зі суспільними вадами чи хворобами, захист законності й правопорядку від тих, хто намагається їх порушувати, від корумпованого чиновництва та бюрократії. 7. Рекламна – важливий чинник фінансового забезпечення ЗМІ. 8. Розважальна – публікація на сторінках преси кросвордів, анекдотів, гумористичних творів, розважальних програм тощо» (Людина і світ, 2015). На наш погляд, ці визначення є не лише неповними, але й – суперечливими, такими, які орієнтують учнів на спрощене уявлення про ЗМІ та їх суспільну роль. Проблема насправді

* Згруповано за смисловим навантаженням

полягає не лише в тому, що поза увагою розробників посібника залишилася низка функцій ЗМІ, пов'язаних із виховним процесом, соціалізацією особистості, соціальними, економічними й психологічними аспектами тощо, але й в тому, що автори посібника навіть не пов'язують ЗМІ з електронними засобами інформації, з інтернет-мережею, з різноманітними гаджетами, активними користувачами яких є учнівська молодь. (Звернімо увагу, наприклад, що «розважальна» функція ЗМІ, на думку авторів посібника, полягає в «публікації на сторінках преси кросвордів, анекдотів та гумористичних творів»...).

На нашу думку, на відчужене сприйняття, «споживацьке» ставлення та залежність ЗМІ від «наявних потреб» аудиторії, а не на їх формування й розвиток критичного мислення в учнів спрямоване в згаданому навчальному посібнику й таке визначення: «Функції ЗМІ – це сукупність обов'язків перед суспільством і характер виконання їх. Вони залежать від способу життя та інформаційних потреб аудиторії» (Людина і світ, 2015). Але ж «функція ** ЗМІ» – це не обов'язок перед суспільством, а їх (ЗМІ) суспільна роль. Варто також зазначити, що зміст і характер «інформаційних потреб аудиторії», на жаль, не завжди є високоморальними чи суспільно-значущими.

Досить переконливим, на нашу думку, і таким, що більшою мірою відповідає завданням нашого дослідження, видається визначення функцій ЗМІ, запропоноване С. Гореваловим. Його пропозиція базується на визначенні чотирьох основних груп функцій засобів масової інформації: «1. Соціальна група функцій (комунікативна, інформаційна, соціально-регулятивна, контролююча, управління, реалізації соціальної активності, культурницька, рекреативна, ідеологічна, політична, науково-пізнавальна). 2. Економічна група (регулятивно-економічна, економічно-контролююча, інформаційна, економічно-консервативна, економічно-управлінська, рекламна). 3. Соціально-психологічна група (соціального орієнтування, формування громадської думки, афіліації ***, контакту, самоствердження, парасоціальної взаємодії****). 4. Загальнопсихологічна група (емоційної розрядки (релаксації), утилітарна, самоізоляції, стимуляції)» (Горевалов, 1998). Попри певну термінологічну дискусійність, запропонований науковцем підхід до визначення функцій медіа нам видається продуктивним передусім тому, що в ньому наголошено на соціально-психологічній складовій процесу функціонування. Такий підхід вважаємо доцільним тому, що будь-який медіавплив (незалежно від змісту, інтенсивності, юридично-правової належності чи форми власності) є насамперед впливом психологічним – спрямованим на психологію особистості та на масову психологію. На психологічну складову діяльності нових медіа, зокрема соціальних мереж, вказує С. Даниленко, наголошуючи на тому, що, порівняно з «урядами, незалежними громадськими інституціями та традиційними медіа», цей «медійний інструмент» «оцінюється громадянами як найбільш компетентний та етичний центр тяжіння і довіри» (Даниленко, 2021).

Зазначимо, що розмаїття підходів до визначення функцій медіа не лише підтверджує складність проблеми тлумачення, але й свідчить про багатofункціональність, широту охоплення й глибину проникнення інформаційних ресурсів у особистісне й суспільне сьогодення.

Висновки. Об'єктом впливу масмедіа є передусім особистісна психологія громадян та масова психологія. Особливої значущості й ваги набувають інформаційні засоби за нинішніх умов – стрімкого розвитку та проникнення практично у всі сфери життєдіяльності інформаційних та комунікативних технологій, розробки та впровадження їх нових форм. Масмедіа як суспільно-політичний інститут є суттєвим чинником

** Функція (лат. *functio* – виконання, здійснення) – у соціальних науках – роль, яку виконує той чи інший елемент соціальної системи.

*** Афіліація – прагнення бути в товаристві інших людей, потреба в створенні теплих, емоційно значимих стосунків з іншими.

**** Парасоціальна взаємодія (PSI) – уявлені психологічні стосунки, які переживає особистість під час опосередкованих зустрічей із відомими людьми, зокрема у ЗМІ, особливо на телебаченні.

утвердження цінностей і моральних норм, формування зразків і моделей поведінки. Медіа належить особлива роль у процесі формування світогляду, ціннісних орієнтацій і моральних якостей передусім молодого покоління. Рівень об'єктивності, виваженості оцінок та суджень стосовно суспільно-політичних процесів та подій створюють підґрунтя установок, цінностей, уявлень про нормативність форм поведінки. Завдяки технологічним можливостям та доступності сучасні медіа набули важливої функції конструювання смислів, порядку денного та визначення напрямів суспільного розвитку. Поряд з позитивними існує чимала кількість негативних чинників впливу масмедіа на загальну та політичну культуру, на оцінку й перебіг політичних подій, на рівень суспільної інтеграції та консолідації.

Формування, зокрема й за посередництва засобів масової інформації, нової, адекватної сучасним викликам системи цінностей як основи цивілізаційного розвитку, вироблення смислів і мотивів діяльності людей не можливе без участі держави. Лише держава має у своєму арсеналі реальні важелі впливу на цей процес, починаючи з законодавчого забезпечення, збалансованого формування бюджетних витрат, реформування системи освіти, науки, культури, забезпечення ефективної діяльності інформаційної сфери, створення дієвої системи заохочення та примусу тощо. Суттєвого доопрацювання, з урахуванням сучасних тенденцій розвитку інформаційної сфери, потребує вітчизняне законодавство. Суспільна практика потребує уточнення понять «засоби масової інформації» з урахуванням сучасних тенденцій розвитку інформаційної сфери – законодавчого визначення й розмежування понять «засоби масової комунікації», «масмедіа», правового регулювання суспільних відносин, що виникають під час використання нових інформаційних технологій, зокрема, мережі Інтернет тощо. Практично значущим є визначення функцій медіа, розробка критеріїв оцінки діяльності засобів масової інформації. Перспектива подальших наукових досліджень полягає в ґрунтовному аналізі сучасних тенденцій розвитку масмедіа, окресленні змісту й спрямованості їх функцій.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА:

1. Владимиров, В. (1998). Основы журналистики в понятиях и комментариях : учебное пособие. Луганск : Из-во Восточноукр. гос. у-та.
2. Горевалов, С. (1998). Військова журналістика України: історія і сучасність. Львів.
3. Даниленко, С. (2021). Перевтілення демократії в інформаційну добу: роль нових медіа та громадянського комунікування. *Політичні дослідження*. № 1, 90–105.
4. Житарюк, М. (2008). Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство : монографія. Львів.
5. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. Качкаевой А. Г. (2010). Москва.
6. Іванов, В. (2010). *Основні теорії масової комунікації і журналістики* : навч. посібник / за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси.
7. Каплій, О. В. (2013). Класифікація засобів масової інформації: конституційно-правові питання. *Актуальні проблеми політики*. Вип. 50, 35–46. http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2013_50_5
8. Квіт, С. (2008). Масові комунікації : підручник. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія».
9. Крюков, О. І., Бельська Т. В. (2015). Інформаційне суспільство: становлення, розвиток, перспективи. *Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр.*, № 1 (47), 276–282.
10. Людина і світ. (2015). 11 клас : Опорні конспекти. Тема XI. Засоби масової інформації. Види та функції засобів масової інформації. <https://uahistory.co/compendium/serednicka-human-world-11-class-opornii-konspekt/68.php>
11. Мас-медіа у термінах і визначеннях : корот. словник-довідник. (2005). / Уклад.

Ю. В. Бондар. Київ : МАУП.

12. Михайлин, І. Л. (2003). Основи журналістики. Київ.

13. Москаленко, А. З. (1998). Теорія журналістики. Київ.

14. Московцева, В. В. (2002). Типологія друкованих засобів масової інформації. Запоріжжя : ЗДУ.

15. Мудрак, Л. М. (2014). Конвергентні медіа як об'єкт державного регулювання: досвід ЄС. *Державне управління: теорія та практика*. № 2, 45–53.

16. Пахнін, М. Л. (2018). Засоби масової комунікації та засоби масової інформації: співвідношення понять. *Юридичний бюлетень*. Вип. 8, 65–71.

17. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні. (1992). Закон України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#top>

18. Про захист суспільної моралі (2003). Закон України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1296-15/print>

19. Про інформацію. (1992). Закон України. <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

20. Про Суспільне телебачення і радіомовлення України. (2014). Закон України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text>

21. Про телебачення і радіомовлення. (1993). Закон України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#top>

22. Про телекомунікації. (2003). Закон України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15#Text>

23. Chomsky, Noam. (1997). What Makes Mainstream Media Mainstream. *Z Magazine*. https://chomsky.info/199710__/

24. Danesi, M. (2009). Dictionary of media and communications / foreword by Arthur Asa Berger. Armonk, New York. London, England : M. E. Sharpe. <https://doi.org/10.53317/2786-4774-2021-1-6>

25. McCombs, M., & Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). *Media effects: Advances in theory and research*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1–18.

26. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. N.Y. : McGraw Hill.

REFERENCES:

1. Vladimirov, V. M. (1998). *Osnovy zhurnalistiki v ponjatijah i kommentarijah : uchebnoe posobie* [Fundamentals of journalism in concepts and comments]. Lugansk : Iz-vo Vostochnoukr. gos. u-ta. [in Russian].

2. Horevalov, S. I. (1998). *Viiskova zhurnalistyka Ukrainy: istoriia i suchasnist* [Military journalism of Ukraine: history and modernity]. Lviv. [in Ukrainian].

3. Danylenko, S. (2021). Perevtillennia demokratii v informatsiinu dobu: rol novykh media ta hromadianskoho komunikuvannia [Transformation of democracy in the information age: the role of new media and civic communication]. *Politychni doslidzhennia*. # 1, 90–105. <https://doi.org/10.53317/2786-4774-2021-1-6>. [in Ukrainian].

4. Zhytariuk, M. H. (2008). *Sotsiokulturna model zhurnalistyky: tradytsii i novatorstvo : monohrafiia* [Sociocultural model of journalism: traditions and innovation]. Lviv. [in Ukrainian].

5. *Zhurnalistika i konvergencija: pochemu i kak tradicionnye SMI prevrashhajutsja v mul'timedijnye* [Journalism and convergence: why and how traditional media are becoming multimedia] / pod red. Kachkaevoj A. G. (2010). Moskva. [in Russian].

6. Ivanov, V. (2010). *Osnovni teorii masovoi komunikatsii i zhurnalistyky : navch. posibnyk* [Basic theories of mass communication and journalism] / za nauk. red. V. V. Rizuna. Kyiv : Tsentr Vilnoi Presy. [in Ukrainian].

7. Kaplii, O. V. (2013). *Klasyfikatsiia zasobiv masovoi informatsii: konstytutsiino-pravovi pytannia* [Classification of mass media: constitutional and legal issues]. *Aktualni problemy polityky*. Vyp. 50, 35–46. [in Ukrainian].

8. Kvit, S. (2008). *Masovi komunikatsii : pidruchnyk* [Mass communications]. Kyiv : Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia». [in Ukrainian].
9. Kriukov, O. I., Bielska T. V. (2015). *Informatsiine suspilstvo: stanovlennia, rozvytok, perspektyvy* [Information society: formation, development, prospects]. Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia : zb. nauk. pr., # 1 (47), 276–282. [in Ukrainian].
10. Liudyna i svit. (2015). 11 klas : *Oporni konspekty. Tema XI. Zasoby masovoi informatsii. Vydy ta funksi zasobiv masovoi informatsii* [Media. Types and functions of mass media]. <https://uahistory.co/compendium/serednicka-human-world-11-class-opornii-konspekt/68.php> [in Ukrainian].
11. *Mas-media u terminakh i vyznachenniakh : korot. slovnyk-dovidnyk*. (2005). [Mass media in terms and definitions] / Uklad. Yu. V. Bondar. Kyiv : MAUP. [in Ukrainian].
12. Mykhailyn, I. L. (2003). *Osnovy zhurnalistyky* [Fundamentals of journalism]. Kyiv. [in Ukrainian].
13. Moskalenko, A. Z. (1998). *Teoriia zhurnalistyky* [Theory of journalism]. Kyiv. [in Ukrainian].
14. Moskovtseva, V. V. (2002). *Typolohiia drukovanykh zasobiv masovoi informatsii* [Typology of print media]. Zaporizhzhia : ZDU. [in Ukrainian].
15. Mudrak, L. M. (2014). *Konverhentni media yak ob'ekt derzhavnoho rehuliuвання: dosvid YeS* [Convergent media as an object of state regulation: the experience of the EU]. *Derzhavne upravlinnia: teoriia ta praktyka*, # 2, 45–53. [in Ukrainian].
16. Pakhnin, M. L. (2018). *Zasoby masovoi komunikatsii ta zasoby masovoi informatsii: spivvidnoshennia poniat* [Mass media and mass communication: correlation of concept]. *Yurydychnyi biuletен. Vyp. 8*, 65–71. [in Ukrainian].
17. *Pro drukovani zasoby masovoi informatsii (presu) v Ukraini*. (1992). [About printed mass media (press) in Ukraine]. *Zakon Ukrainy*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#top> [in Ukrainian].
18. *Pro zakhyst suspilnoi morali*. (2003). [On the protection of public morality]. *Zakon Ukrainy*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1296-15/print> [in Ukrainian].
19. *Pro informatsiiu*. (1992). [About information]. *Zakon Ukrainy*. <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> [in Ukrainian].
20. *Pro Suspilne telebachennia i radiomovlennia Ukrainy*. (2014). [About Public Television and Radio Broadcasting of Ukraine]. *Zakon Ukrainy*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text> [in Ukrainian].
21. *Pro telebachennia i radiomovlennia*. (1993). [About television and radio broadcasting]. *Zakon Ukrainy*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#top> [in Ukrainian].
22. *Pro telekomunikatsii*. (2003). [About telecommunications]. *Zakon Ukrainy*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15#Text> [in Ukrainian].
23. Chomsky, Noam. (1997). *What Makes Mainstream Media Mainstream*. *Z Magazine*. https://chomsky.info/199710__/
24. Danesi, M. (2009). *Dictionary of media and communications / foreword by Arthur Asa Berger*. Armonk, New York. London, England : M. E. Sharpe. <https://doi.org/10.53317/2786-4774-2021-1-6>
25. McCombs, M., & Reynolds, A. (2002). *News influence on our pictures of the world*. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.). *Media effects: Advances in theory and research*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1–18.
26. McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. N.Y. : McGraw Hill.

Yuriy Shaihorodskiy,

Doctor of Political Sciences, Professor,

Kuras Institute of Political and Ethnic Studies of the NAS of Ukraine

Mass Media as a Socio-Political Institution: Structure and Functions

The article aims to define the dominant forms, structure and functions of the modern media as a socio-political institution. The analysis of the scientific literature on the problems of defining and distinguishing the concepts of «means of mass information», «means of mass communication» and «mass media» is carried out. The inconsistency of their scientific interpretation, as well as on the legislative uncertainty of the concepts of modern forms of media, in particular «means of mass communication» and «mass media» is emphasized. According to the author, one of the reasons for the absence of concerted and consistent definitions of these phenomena is the lack of precise delineation of the functions of these mentioned socio-political institutions. The absence of the legislative definition of functions of the media, the need for legal regulation of public relations that arise while using the information and communication capabilities of the Internet network is indicated. The dominant approaches of foreign and domestic scientists to the definition of the main functions of the mass media are analyzed and singled out. The need to clarify these functions in view of the strengthening of the role of information, the growing importance of information technology in the organization of public life is justified. According to the author, the key and determining the functional focus of the media is their impact on personal and mass psychology, on the level of general and political culture, on the formation of the system of values as the basis of civilization development, construction of meanings, agenda and social trends.

Key words: *means of mass information, means of mass communication, mass media, functions of mass media, social and political institutes, political culture.*