

МОВА І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Козаченко І.В.

кандидат педагогічних наук,

*Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет
імені Григорія Сковороди*

ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

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, общатся, общение, приобщить. Як бачимо, ідея єдності, об'єднання, зв'язку зі спільнотою є визначальною для поняття комунікації, або спілкування. Спілкуватися – це ставати членом спільноти, 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.

Отже, спілкування, якщо воно відбувається, передбачає такі ознаки [1]:

- Комунікаторів – тих, між ким відбувається спілкування, зокрема того, хто ініціює процес спілкування, виступає його адресантом, і того, на кого спрямоване спілкування і хто є його адресатом;
- духовно-інтелектуальну єдність тих, хто спілкується, спільну свідомість, спільну культуру;
- спільну форму духовного буття-мову;
- при потребі загальнозрозумілі знакові системи, що замінюють мову в певних ситуаціях, письмо, іноземні мови та ін. знакові системи;
- при потребі створені спільнотою засоби спілкування – книги, періодичні видання тощо;
- 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.

Те, що масова комунікація є організованим спілкуванням, має принципове значення для розуміння формування й розвитку масовоінформаційних процесів у суспільстві.

Становлення масової комунікації як сфери професійно організованої суспільно-культурної діяльності так чи інакше пов'язано з виникненням професії комунікатора.

Професія виникає там і тоді, де й коли починають говорити про професіоналізм, майстерність.

З розвитком інноваційних 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.

Дуже широко використовуються інтерактивні дошки, а також в університетах вводиться курс акторського мистецтва як обов'язкова дисципліна у навчальному процесі. Таким чином, у структуру масової комунікації були включені різноманітні виробничі процеси, що лягли в основу виникнення інформаційної індустрії [3, р. 32].

Намагання поставити масову комунікацію на рейки виробництва дало поштовх розвитку масово-інформаційної діяльності як виробничої й становленню галузей інформаційного виробництва, таких як преса, телебачення, радіомовлення, книговидавництва тощо.

Особливого розвитку масово-інформаційна діяльність набрала в ХХ столітті, позначеному глобальними економічними й соціальними трансформаціями.

Інформаційна індустрія 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: розширенням сфери інформаційних потреб суспільства; суспільно-економічним і науково-технічним розвитком суспільства; процесами глобалізації системи масової комунікації, а також інших комунікаційних систем – виробничих, професійних тощо.

Список використаних джерел:

1. Лебон Г. Психологія народів і мас. М .: Академічний проект, 2012.
2. «Mass media». English Dictionary. Online version. – Oxford. – 2010.
3. W. James Arguing for a general framework for mass media scholarship / SAGE // ISBN 9781412964715. – 2008. – P. 32.