

---

DISCUSSIONS  
ДИСКУСІЇ ТА ОБГОВОРЕННЯ

---

**УКРАЇНСЬКІ ТЕОРЕТИКИ  
МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ:  
ОГЛЯД ОСНОВНИХ ПРАЦЬ**

**Леся Городенко<sup>(a)\*</sup>, Євген Цимбаленко<sup>(б)</sup>**

*<sup>(a)\*</sup>доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри соціальних комунікацій  
Навчально-наукового інституту журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
<https://orcid.org/0000-0002-8400-7917>  
Електронна адреса автора для листування: [lgorodenko@knu.ua](mailto:lgorodenko@knu.ua)*

*<sup>(б)</sup>кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами  
та зв'язків з громадськістю Навчально-наукового інституту журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
<https://orcid.org/0000-0003-1486-1904>  
E-mail: [e.tsymbalenko@knu.ua](mailto:e.tsymbalenko@knu.ua)*

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.18-41>

UDC 001.891.3:316.2(477)

---

**ARTICLE INFO**

**Received:** 08 August 2023

**Accepted:** 10 November 2023

**Published:** 30 December 2023

**KEYWORDS**

mass communication,  
mass communication theory,  
mass communication theorists

**ABSTRACT**

This material is submitted for discussion on the pages of the journal. It has the status of a working version of a review article, a preprint. Anyone can participate in the discussion by submitting their materials with a reference to this material in the "Discussions" section. The authors of this material, in the case of writing a scientific article, must make a reference to their material, which they submitted for discussion. The proposed review presents a selection of the main generalizing works on the theory of mass communication, created by Ukrainian researchers over the past 25 years. Preference was given to training manuals, monographs, and textbooks, the authors of which tried to present a comprehensive view of the topic and systematize existing knowledge. The review of the selected works is carried out in the chronological order of their publication. The review uses methods of historical-comparative and logical analysis

---

**Citation:** Horodenko L., Tsymbalenko, Y. (2023). Ukrainski teoretyky masovoi komunikatsii: ohliad osnovnykh prats [Ukrainian theorists of mass communication: overview of main works]. Aktual'ni Pytannya Masovoyi Komunikatsiyi [Current Issues of Mass Communication], 34, 18-41.

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.18-41>

**Copyright:** © 2023 Lesia Horodenko, Yevhen Tsymbalenko. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

---

## АНОТАЦІЯ

Цей матеріал подано до обговорення на сторінках журналу. Він має статус робочого варіанта оглядової статті, препринта. Участь в обговоренні може брати будь-хто, подавши в розділ "Дискусії та обговорення" свої матеріали з покликанням на цей матеріал. Автор цього матеріалу, у разі написання наукової статті, повинен обов'язково зробити покликання на свій матеріал, який він подавав до обговорення. У пропонованому огляді подано підбірку основних узагальнювальних праць з теорії масової комунікації, створених українськими дослідниками за останні 25 років. Перевага віддавалася навчальним посібникам, монографіям, підручникам, автори яких намагалися викласти комплексне уявлення про тему, систематизувати наявні знання. Огляд вибраних праць здійснений у хронологічній послідовності їх видання. До цієї підбірки увійшли дисертація В. Іванова «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» (1996), навчальний посібник О. Кузнецової «Основи масової комунікації» (1996), підручник А. Москаленка, Л. Губерського, В. Іванова та В. Вергуна «Масова комунікація» (1997), монографія О. Зернецької «Глобальний розвиток систем масової комунікації та міжнародні відносини» (1999), навчальний посібник В. Іванова «Соціологія масової комунікації» (2000), підручник Г. Почепцова «Теорія комунікації» (2001), С. Квіта «Масові комунікації» (2008), В. Різуна «Теорія масової комунікації» (2008), підручник О. Косюк «Теорія масової комунікації» (2012), монографія В. Іванова «Масова комунікація» (2013). В огляді використано методи історико-компаративного і логічного аналізу.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** масова комунікація, теорія масової комунікації, теоретики масової комунікації.

## Вступ

У другій половині ХХ ст. з появою нових і суттєвим удосконаленням вже існуючих комунікаційних технологій в дослідженнях масової комунікації розпочався новий етап. Завдяки мережі Інтернет, що забезпечує глобальне охоплення аудиторії, відбуваються швидкі і докорінні зміни в журналістиці, в освіті, промисловому виробництві, зв'язку, наукових дослідженнях, медицині, розвагах і навіть в домашньому побуті. Промисловий прогрес призвів до стрімкого поступу ери нових мас-медіа, що скорочують відстані, ущільнюють час і розширюють доступ до великих царин знання. Нові технології, інтернет, комунікації в соціальних мережах, які активно завойовують масову аудиторію, в історичному контексті є безпрецедентним прикладом розвитку практик у теорії комунікацій.

Чи готова вітчизняна наука про масову комунікацію до цих нових і унікальних для історії людства реалій? Історія українського журналістикознавства має потужну школу, що базується на розробках науковців радянської доби. Умовно її можна розділити на два періоди. Для радянського етапу характерний ухил в бік вивчення мас-медіа як засобів пропаганди та агітації, що супроводжувалося розгромною критикою і повним запереченням результатів і висновків західних вчених. Показово, що саме в той період з'являється поняття «засоби масової інформації і пропаганди». Відповідно, вітчизняні дослідники займалися, в основному, вивченням пропагандистського потенціалу мас-медіа з метою формування у найширших мас трудящих соціалістичного і комуністичного світогляду, а «дослідження були заідеологізовані, і через це їм бракувало об'єктивності» (Moskalenko, 1997, с. 50). Ця однобокість, підпорядкованість ідеологічним і партійним інтересам заважала комунікаційним дослідженням розвиватися. Наука в цілому виконувала соціальне замовлення і була націлена на

відстоювання переваг радянської системи. Феномен масової комунікації, зокрема, привертав до себе увагу українських дослідників ще задовго до здобуття Україною незалежності, з часу появи перших суто наукових досліджень журналістики як особливого явища суспільно-політичного життя у 50 – 60-х рр. ХХ ст. Проте, незважаючи на зусилля українських вчених радянської доби, після падіння «залізної завіси» у 1991 р., коли з'явився широкий доступ до напрацювань західної (американської та європейської) науки, стало очевидним відставання українських досліджень масової комунікації від зарубіжних аналогів. Це призвело до того, що 30 років, які минули з часу розпаду СРСР, українські журналістикознавці присвятили значною мірою не розробці власних теорій і концепцій масової комунікації, а осмисленню та опрацюванню багатого західного доробку з цієї теми. Чи можна стверджувати, що зараз цей процес уже завершився, українські науковці нарешті закінчили вивчення закордонного досвіду і сконцентрувалися на розробці власних наукових концепцій? Сьогодні, в третьому десятку нового етапу розвитку українського журналістикознавства, треба зауважити, що українські вчені виробили великий пласт власного унікального теоретичного доробку, проте процес засвоєння закордонних знань також не закінчений і триває паралельно із творенням самостійних теорій і поглядів на розвиток засобів масової комунікації.

Постійна еволюція комунікаційних технологій, що протягом останніх десятиліть відбувається особливо стрімко, дає дослідникам зручну можливість постійно переглядати власні гіпотези і концепції. Але при вивченні нових явищ у масовій комунікації ніяк не можна обійтися без того теоретичного багажу, який був накопичений за попередні роки. Сучасна українська наука про журналістику веде свій початок із 90-х рр. минулого століття. 30 років для наукової школи – термін невеликий, але, тим не менш, він може стати приводом для певних проміжних підсумків щодо того, чого вдалося досягнути науковцям за скромний проміжок часу.

Треба зазначити, що кількість ідей, концепцій, доктрин і теорій, накопичених за тридцятирічний період вивчення мас-медіа сучасними українськими дослідниками, настільки велика, що практично неможливо всіх їх висвітлити в одній роботі. Тому, безумовно, ми обмежимося оглядом найважливіших праць, тих, які стали віхами в розвитку української науки про масову комунікацію. Вибір цих праць, здійснений нами на основі власних суб'єктивних волюнтаристських суджень, не може вважатися єдино правильним і вдалим. Перевагу в підборі праць ми віддавали посібникам, підручникам, монографіям – працям узагальнюючого характеру, для того, щоб їх було легше порівнювати і було зручніше простежувати еволюцію поглядів українських учених щодо базових понять теорії масової комунікації.

Актуальність такого огляду зумовлена появою нових мас-медіа і стрімким розвитком журналістики, пошуками теоретичної опори для визначення основних напрямків подальшого розвитку масових комунікацій в нашій країні. Ці пошуки неможливі без використання всього масиву наукових напрацювань, вироблених за весь час існування сучасної вітчизняної науки про масову комунікацію, виявлення закономірностей еволюції цих напрацювань.

Розглянуті праці українських теоретиків масової комунікації створюють фундамент дослідження, дають можливість зібрати до купи основні теоретичні уявлення про сутність і функціонування засобів масової комунікації. Сьогодні в українській науці практично не існує узагальненої парадигми осмислення еволюції поглядів українських теоретиків на ключові питання теорії масової комунікації.

З урахуванням викладеного вище була визначена проблема, на яку спирається це дослідження. Її можна сформулювати як відповідь на питання: як змінювалися погляди українських теоретиків масової комунікації протягом нового (сучасного) етапу розвитку українського журналістикознавства? Розв'язання цієї проблеми є основою для формулювання мети дослідження. Вона полягає в аналізі та узагальненні основних узагальнювальних праць щодо теорії масової комунікації, створених українськими вченими протягом останніх десятиліть.

Завдання дослідження:

- визначити основні узагальнювальні теоретичні праці (монографії, посібники, підручники) з теорії масової комунікації, створені українськими вченими в роки незалежності України;
- проаналізувати ці праці в хронологічному порядку, виявивши наукову новизну кожної, оцінивши їх значення в розвитку української науки про масову комунікацію;
- на основі розглянутих праць проаналізувати спадкоємність теоретичних досліджень в царині масової комунікації на різних етапах, виявивши основні тенденції розвитку української науки про масову комунікацію.

У дослідженні було використано методи історико-компаративного і логічного аналізу. Основним методом дослідження є огляд бібліографічних джерел, зокрема монографій, підручників, посібників, обраних нами для аналізу. Дослідження базується на діалектичному підході до вивчення явищ дійсності, принципі історизму та принципі збору інформаційного матеріалу. У висновках до праць та в загальних висновках використовувалось узагальнення. За допомогою методу порівняння показувалися спільні та відмінні підходи в баченні явищ масової комунікації та в поясненні теорій масової комунікації українськими авторами.

### **Валерій Іванов. Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації. Дисертація (1996)**

Валерій Феліксівич Іванов – один із провідних сучасних українських дослідників масової комунікації та журналістики. Наукова праця «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» – не перша і не остання із праць цього дослідника, в якій розглядаються теоретичні питання комунікації, масової комунікації, теорії масової комунікації. Це дисертація на здобуття наукового ступеню доктора філологічних наук, захищена автором у 1996 році. Ця робота є знаковою для української науки про комунікації. Попри те, що це перша ґрунтовна аналітична спроба з'ясувати підходи до сучасного розуміння теорії комунікації, здійснена після здобуття Україною незалежності, вона є потужним узагальнюючим дослідженням, у якому український вчений провів комплексне вивчення основних питань теорії масової комунікації. Не зважаючи на те, що дисертація захищена понад 25 років тому, основні її положення і гіпотези актуальні й нині.

Перший розділ дисертації «Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації» за бажання можна було б легко перетворити на підручник з теорії масової комунікації. У цьому розділі Валерій Іванов розглядає основні загальнометодологічні підходи до вивчення поняття «масова комунікація»; дає «авторські визначення основних складових частин масової комунікації, а також розглядає головні елементи її здійснення» (Ivanov, 1996, с. 12).

Цей розділ складається із трьох підрозділів. Валерій Іванов використовує логічний підхід при дослідженні теоретичних питань щодо комунікації і розпочинає свою працю із «Вивчення проблем масової комунікації в соціології» - пункту, в якому з використанням міждисциплінарного принципу описується роль «соціології як науки, за допомогою якої можна вивчати процес масової комунікації» (Ivanov, 1996, с. 12). Автор висвітлює «загальні уявлення про соціологію як науку про суспільство, розкриває основні положення цієї науки, а також її роль для вивчення змісту масової комунікації» (Ivanov, 1996, с. 13). У цій же главі вчений дає власне визначення поняття «масова комунікація». Під нею він розуміє «процес розповсюдження соціальної інформації (тобто інформації позагенетичної, семантичної, яка фіксується в знаках) за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, відео, кіно тощо) на велику і розташовану в різних місцях аудиторію» (Ivanov, 1996, с. 13).

Далі автор переходить до вивчення засобів масової комунікації – їх теоретичних та історичних аспектів, зокрема у параграфі «Поняття про засоби масової комунікації» визначене поняття «засоби масової комунікації», під яким вчений пропонує розуміти «спеціальні соціальні інститути, які займаються збором, обробкою та розповсюдженням соціальної інформації» (Ivanov, 1996, с. 16). Другий параграф «Історія дослідження діяльності засобів

масової комунікації» являє собою короткий історичний нарис вивчення засобів мас-медіа. У третьому та четвертому параграфах другої глави «Структура засобів масової комунікації» і «Властивості засобів масової комунікації» розробляються питання загальної структури та основних властивостей, притаманних засобам масової комунікації.

Підпункт «Загальнотеоретичні та методичні підходи до вивчення засобів масової комунікації» присвячений розгляду різних теорій масовокомунікаційного процесу та ходу конкретних досліджень різних елементів масової комунікації. Ця глава цікава для науки як перша спроба узагальнення теорій і концепцій масової комунікації, розроблених західними вченими, що після падіння «залізної завіси» лише почали з'являтися в національному науковому просторі і на той час ще не були добре вивченими і систематизованими українськими науковцями. В дисертації Валерія Іванова 1996 року перелік розглянутих західних теорій доволі короткий, але для свого часу це був їхній перший комплексний огляд у праці українського вченого.

Четверта глава «Вивчення різних складових процесу масової комунікації» описує дослідження різних елементів процесу масової комунікації. Валерій Іванов класифікує «типи комунікатора та особливості кожного з цих типів, особливості дослідження творчого процесу журналіста, характеристики основних каналів комунікації, основні типи аудиторії як стійкої сукупності людей, що поєднані інформаційними потребами, шляхи підвищення ефективності комунікації тощо» (Ivanov, 1996, с. 18).

Не минуло увагою дослідник таке ключове поняття комунікаційного процесу як інформація. Розкриттю ключових аспектів і функцій, загальних підходів до тлумачення присвячено підрозділ роботи «Інформація як явище суспільного життя».

У другому розділі «Методичні основи дослідження змісту комунікації» вивчаються прикладні конкретні методи та методики, які становлять основу соціологічних дослідницьких процедур вивчення медіаконтенту (змісту медіа). Більша частина цього розділу присвячена такому методу як контент-аналіз. Валерій Іванов є першим українським дослідником, що ввів контент-аналіз до наукового обігу українського журналістикознавства. Ще раніше, у 1994 році вчений опублікував працю «Контент-аналіз: методологія і методика дослідження» – перше українське комплексне дослідження цього популярного на Заході методу соціологічних досліджень, що часто застосовується також для аналізу змісту публікацій в медіа.

У цьому розділі автор присвятив увагу таким структурним елементам, що знайшли своє відображення у відповідних підрозділах як «Документ як об'єкт аналізу» (зокрема, «дається загальне визначення поняття «документ», виділяються основні типи документів у журналістиці, а також наводяться методики для перевірки їх надійності та достовірності» (Ivanov, 1996, с. 20)). Валерій Іванов поверхнево розглядає історичні віхи формування, розвитку, становлення методів контент-аналізу, позитивні та негативні в історичному контексті приклади застосування методу в зарубіжних практиках. Заслуговує на увагу акцентування автора на окремих методиках та напрямках, зокрема в США та Франції. Ця та інша інформація відображена у підпункті «Історія розвитку методу контент-аналізу» (на нашу думку, цей пункт є найменш актуальним у межах всієї дисертації на відміну від загальної концептуальної актуальності роботи). На відміну від попереднього підпункту, «Сутність і можливості контент-аналізу» другого розділу роботи – це, по суті, базис теоретично-практичної реалізації одного з найпопулярніших і найефективніших методів у дослідженні медіа і в інформаційній аналітиці. Валерій Іванов пропонує «визначення контент-аналізу як якісно-кількісного методу вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів» (Ivanov, 1996, с. 22).

У підпунктах «Загальні характеристики процесу контент-аналізу» та «Процедура контент-аналізу» визначаються основні складники компонентів здійснення контент-аналізу, а також процедурні моменти здійснення контент-аналізу. Важливим є те, що дослідник не просто перераховує елементи; автор на конкретних прикладах розглядає «проблеми

обрання об'єкта та предмета аналізу, вибірки документів для нього, здійснення перевірки якості його проведення» (Ivanov, 1996, с. 25).

Верифікація теоретичних підходів щодо дослідження масової комунікації за допомогою якісно-кількісних методик здійснено у підпункті «Практика застосування контент-аналізу». Автор на конкретних прикладах показав можливості застосування контент-аналізу при вивченні журналістських матеріалів та навів результати власного дослідження. Доречно зазначити: Валерій Іванов протягом майже 30 років є одним із провідних українських дослідників контенту медіа; під його керівництвом здійснено і здійснюються десятки проєктів, з процедурою та результатами яких можна познайомитися на сайті Академії Української Преси (<https://www.aup.com.ua/en/home/>).

Дисертація Валерія Іванова зайняла важливе місце в історії розвитку українських досліджень масової комунікації, адже у ній вперше у вітчизняному журналістикознавстві був проведений комплексний аналіз методологічних та методичних засад дослідження масової комунікації. У контексті загальної теорії масової комунікації автор намагався розглянути, систематизувати, запропонувати власні визначення, тлумачення таких фундаментальних понять як «масова комунікація», «соціальна інформація», «документ»; у роботі інтерпретуються критерії належності до засобів масової комунікації. Проте найвагомішою є спроба приладнати можливості соціології масової комунікації для вивчення масовокомунікаційних процесів. Дисертація заклала підґрунтя для подальшого вивчення цих тем, розгляду масової комунікації як комплексного явища. Дисертація є трішки незвичною для сучасної журналістикознавчої науки, оскільки складається всього із двох розділів, проте така структура забезпечила розкриття ключових понять, об'єкта і предмета дослідження.

### **Олена Кузнецова. Основи масової комунікації. Навчальний посібник (1996)**

Того ж року, коли київський учений Валерій Іванов захистив свою докторську дисертацію на тему масової комунікації, що була дуже якісною спробою узагальнення і поглиблення існуючих знань про це явище, в іншому важливому центрі українського журналістикознавства, Львові, вийшов друком навчальний посібник «Основи масової комунікації» авторства нині доктора філологічних наук, професора Львівського національного університету імені Івана Франка Олени Дмитрівни Кузнецової.

Як уже було згадано раніше, у дисертації Валерія Іванова узагальнено і систематизовано основний доробок вчених, переважно західних, що стосується масової комунікації. Певною мірою перший розділ дисертації можна розглядати як дещо дуже схоже за побудовою на навчальний посібник, у якому було зібрано докупи всю найважливішу інформацію із розглянутої теми. Проте праця київського науковця все-таки навчальним посібником не була, а отже, першим українським навчальним посібником з теорії масової комунікації є праця Олени Кузнецової. Уже із побіжного погляду на цю книгу можна помітити, що праця львівської дослідниці значно більш поверхова, порівнюючи із дослідженням Валерія Іванова. Певною мірою це пояснюється навчальним призначенням видання і тим, що видання було першим у своєму роді, а отже, авторка ставила на меті тільки окреслити тему в загальних рисах, тим самим відкрити її для подальшого дослідження.

Авторка посібника розділила його текст на вісімнадцять підрозділів, хоча за змістом видання краще розділити на п'ять частин. Перша частина (відповідає другому розділу) присвячена основним поняттям масової комунікації. Саму масову комунікацію авторка визначає як «організований, регульований масовокомунікаційний процес інформування, що через засоби масової комунікації впливає на маси» (Kuznetsova, 1996, с. 13). Якщо порівнювати це визначення із визначенням Валерія Іванова, то тлумачення поняття «масова комунікація» у київського дослідника видається більш ємним, конкретним і зрозумілим. Інтерес викликає також наведений у посібнику перелік функцій засобів масової комунікації. Їх дослідниця розділяє на три групи – соціальні функції, загальнопсихологічні і соціально-психологічні. До соціальних функцій належать – «інформативна, регулятивна (або управлінська),

об'єднувальна (інтегруюча), виховна, освітня, рекреативна (відпочинкова), гедоністична (функція насолоди), рекламна, ідеологічна, контролююча». Загальнопсихологічні функції – «утилітарна (або практична) і функція емоційної розрядки (або релаксації)». Соціально-психологічні функції – «соціального орієнтування; належності до групи або аффіліації; контакту з іншою людиною; самоутвердження» (Kuznetsova, 1996, с. 15-16).

Умовна друга частина посібника (відповідає третій частині) присвячена історії розвитку досліджень масової комунікації за кордоном і в Україні. У підрозділі «Іноземні концепції масової комунікації» авторка робить спробу систематизувати основні зарубіжні теорії і концепції масової комунікації. На самому початку параграфа дослідниця робить цікаве твердження про те, що «хронологічно першими були дослідження МК на Сході, в Японії, Китаї. На жаль, східні школи досліджень масової комунікації, на відміну від західних, у нас мало-відомі» (Kuznetsova, 1996, с. 22). Незважаючи на таку заяву, далі авторка цю тему не продовжує і не називає жодної японської чи китайської теорії масової комунікації, що було б справді цікавим відкриттям, яке б прикрасило посібник. На жаль, далі йде перелік саме західних теорій. Треба сказати, що цей перелік є досить вичерпним і за кількістю висвітлених теорій масової комунікації випереджає аналогічний перелік у дисертації Валерія Іванова. Цікавим є також параграф, присвячений дослідженням масової комунікації українськими вченими радянської доби. Олена Кузнецова розглядає внесок В. Вернадського, В. Здорогеви, Ю. Лазебника, Д. Прилюка та інших українських радянських науковців. У праці Валерія Іванова такий огляд відсутній.

В умовній третій частині посібника (найбільша частина, що відповідає темам з четвертої до шістнадцятої) йдеться про класифікацію засобів масової комунікації. Система класифікації, розроблена львівським науковцем, є справді цікавою та унікальною. Основою для цієї класифікації стали теоретичні напрацювання Володимира Вернадського. Посилаючись на нього авторка розділяє всі засоби масової комунікації на два «класи» – «природні» та «технічні». Клас «природні ЗМК» Олена Кузнецова визначає як «сукупність природних засобів масового спілкування, що фіксують, зберігають, передають, приймають інформацію через природні знакові системи, перебувають у взаємовідносинах, взаємозв'язках один з одним і утворюють певну цілісність» (Kuznetsova, 1996, с. 35). «Природні ЗМК» авторка розділяє на два «типи» – «Знаки» і «Збори». «Знаки» поділяються на суб'єктні і речові, «Збори» – на статичні і динамічні. Другий «клас ЗМК» – «технічні», тобто ті, що використовують технічні засоби для розширення аудиторії. «Типами» «технічних ЗМК» є «Книга» і «Фільм». Книги бувають зображувальні і текстові, фільми – звукові та аудіовізуальні. У наступних главах посібника йде детальний розбір кожного різновиду ЗМК, до яких входять газетні видання, журнальні видання, зображувальні засоби, інформагентства, радіомовлення, кінодокументалістика, телебачення, відео та комп'ютерні ЗМК.

В умовній четвертій частині розглянуто методи впливу на аудиторію, а в п'ятій – сучасний стан розвитку засобів масової комунікації. Остання частина становить особливий інтерес, адже цікаво прочитати про те, як бачилися перспективи ЗМК дослідниці у далекому 1996 році. Авторка відзначає аудіовізуальну революцію, що змінює обличчя медіа, передбачає, що це призведе до демасовізації, коли більше будуть враховуватися індивідуальні інформаційні потреби особи. Виникають двосторонні системи зв'язку, що дадуть змогу забути про однонаправлену модель комунікації, потягнуть за собою перехід від монологічного до діалогічного, полілогічного спілкування. Олена Кузнецова використовує термін «мультимедіа», що «об'єднують комунікаційні властивості радіо і телебачення, телефона і телеграфа, комп'ютерів і принтерів» (Kuznetsova, 1996, с. 141).

Цікаво, що Олена Кузнецова висловлює хвилювання з приводу питання, що стало надаткувальним саме сьогодні: «Україна перебуває під інформаційним тиском масової комунікації Росії, зокрема, її православної церкви, сект, їхніх радіостанцій, телестудій. Іноземні компанії прориваються до нас через супутники, параболічні антени і українські телестудії, що їх транслюють» (Kuznetsova, 1996, с. 174-175). В параграфі «Тенденції розвитку

комунікаційних процесів» науковець робить огляд праць західних учених – Г. Маклюена (теорія «глобального села»), Е. Тоффлера (три хвили в історії цивілізації). Серед власне тенденцій авторка називає комерціалізацію, комп'ютеризацію, взаємопроникнення різних видів ЗМК.

У підсумку можна зазначити, що навчальний посібник Олени Кузнецової розглядає масову комунікацію дещо поверхово, зупиняючись лише на найважливіших аспектах. Хоч і за глибиною наукового дослідження ця праця поступається дисертації Валерія Іванова, що була створена того ж року, треба віддати належне, що авторці вдалося створити доволі цікавий навчальний посібник з теорії масової комунікації, що був першою подібною працею в вітчизняному журналістикознавстві. Ідеї, висловлені авторкою у посібнику, були переосмислені нею у кількох виданнях: «Засоби масової комунікації» (1998 та 2003 років випуску).

**Анатолій Москаленко, Леонід Губерський, Валерій Іванов, Володимир Вергун.  
Масова комунікація. Підручник (1997)**

Підручник «Масова комунікація», надрукований у Києві в 1997 році, став результатом співпраці чотирьох непересічних українських вчених. Анатолій Захарович Москаленко – доктор історичних наук, директор Інституту журналістики, академік Міжнародної академії інформації, автор більш як 160 наукових праць з проблем теорії комунікації, журналістики та політології. Леонід Васильович Губерський – доктор філософських наук, директор Інституту міжнародних відносин. Валерій Феліксівич Іванов – доктор філологічних наук, автор сотень праць з проблем соціології масових комунікацій, автор дисертації «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» (1996), розглянутої на початку нашого огляду. Володимир Антонович Вергун – доктор економічних наук, автор наукових праць з питань історії економічної думки. Такий потужний авторський колектив підручника вже мав би свідчити про те, що продукт співпраці відомих науковців має стати етапним явищем в історії розвитку української науки про масову комунікацію. Певною мірою, так воно і сталося, хоч лише частково. Примітно, що підручник «Масова комунікація» створювався на базі Інституту журналістики і був уперше апробований саме тут.

Структурно праця складається із чотирьох розділів: «Концепції масової комунікації», «Масова комунікація і суспільство», «Свобода преси: теорія і практика» та «Організація масово-комунікаційного процесу». Назва першої частини може створити у читача враження, що цей розділ підручника містить перелік і детальний опис різноманітних теорій і концепцій масової комунікації, що складають її теоретичну основу як науки. Проте насправді це враження оманливе. Перший підпункт розглядає роль засобів масової комунікації у становленні демократичного суспільства, другий – проблеми становлення інформаційного суспільства, третій – розкриває гуманістичну парадигму трансформації засобів масової комунікації, і тільки у четвертому подано стислий виклад соціологічних теорій розвитку мас-медіа. Безумовно, основи західних концепцій громадянського суспільства та демократії і роль журналістики в межах цих концепцій, – це питання, яким варто приділити увагу у підручнику, тим більше, у далекому 1997 році теми ще не були такими заїждженими, як сьогодні. Проте у підпункті, що має назву «Концепції масової комунікації», варто було б виділити більше місця безпосередньо концепціям. На жаль, що стосується викладу теорій і концепцій масової комунікації, що є важливою частиною курсу теорії масової комунікації, підручник «Масова комунікація» поступається львівському аналогу – посібнику «Основи масової комунікації», що вийшов друком роком раніше.

Друга частина підручника, «Масова комунікація і суспільство», розкриває основні питання, пов'язані із призначенням і роллю засобів масової комунікації у житті суспільства. До цих питань входять соціальні функції ЗМК, форми інформаційної діяльності, поняття інформації, критерії цінності інформації, принципи інформаційних відносин, поняття інформаційної політики, види соціальної інформації, журналістика як соціальний інститут. У

підпункті «Журналістика і духовність суспільства» порушується питання про місію журналіста через призму виховної функції мас-медіа. Автор цього підпункту наводить аргументи із історії української радянської журналістики, наводячи в якості прикладів для наслідування Остапа Вишню та Василя Симоненка. Думки, викладені в параграфі, є безумовно цікавими, але відчувається значний вплив радянської концепції про журналістику як інструмент виховання суспільства, формування «нової людини». Подібний вплив помітно і в наступному підпункті, «ЗМІ і національна ідея», хоч насправді значна частина цього розділу присвячена питанню відповідальності журналіста перед суспільством в різних аспектах, не лише національних. Останній підпункт розділу розглядає питання результативності масової комунікаційної діяльності, а конкретніше, автори намагаються виробити максимально об'єктивні критерії цієї результативності. Загалом у цьому підпункті, як і у першому, власне теорії масової комунікації приділено не надто багато уваги. Більшу частину тексту складають роздуми авторів щодо призначення журналістики, її морально-ціннісних орієнтирів: «ЗМК традиційно мають великий вплив на суспільство [...] Він зростає в період соціальних катаклізмів [...] Розвиток громадянського суспільства багато в чому залежить від преси, телебачення, радіомовлення, інших ЗМК» (Moskalenko, 1997, с. 48).

Аналогічний підхід застосовувався і в третій частині підручника – «Свобода преси: теорія і практика». Цей розділ присвячений переважно правовим основам журналістської діяльності. Автори здійснюють стислий огляд міжнародних правових і етичних принципів журналістики, оцінюють сучасний (для 1997 року) стан розвитку українського законодавчого поля в сфері масової комунікації. У третьому і четвертому підрозділах проведено аналіз західного досвіду в питанні налагодження ефективного громадського контролю за діяльністю ЗМК, а також саморегулювання в журналістській спільноті. У п'ятому підрозділі подається аналіз чотирьох теорій преси Сіберта, Петерсена і Шрамма, які із незрозумілих причин вперше згадуються саме в цьому розділі, а не в підрозділі «Концепції масової інформації». Загалом, аналіз основних тенденцій розвитку ЗМК є цікавим для сучасного читача, адже дає змогу порівняти ситуацію двадцятип'ятирічної давності із сучасною. Основних тенденцій автори виділяють чотири: монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація та комерціалізація. У контексті про інтернаціоналізацію згадується відома теорія «глобального села» Г. Маклюєна.

Нові тенденції розвитку мас-медіа розглядаються також у заключному, четвертому розділі підручника, «Організація масово-комунікаційного процесу». До вже сказаного в останньому підрозділі попередньої частини автори додають перелік сфер застосування ЗМК, що були новими на момент створення підручника. До цього переліку входять «кабельне телебачення, відеоманітофони, телеконференції (телемости, телепереклики тощо), електронна пошта, електронні бази даних, банки політичних даних, лазерна преса, персональні комп'ютери, відеогазети» (Moskalenko, 1997, с. 185). Більшість із цих тодішніх новинок сьогодні стали звичним атрибутом повсякденного життя, деякі із них сьогодні є застарілими і взагалі вийшли з ужитку. Викликає інтерес також перелік сучасних (для часу створення підручника) проблем засобів масової комунікації: «1. Зростаючий розрив між невеликою кількістю журналістів інформаційних агентств і загальною чисельністю журналістів. 2. Модель журналіста друкованої преси і домінанта аудіовізуальних засобів. 3. Рекламний репортаж і похідні від нього форми журналістики. 4. Спротив центрам економічної влади. 5. Ідеологія комунікації. 6. Політична влада і журналістика. 7. Конкуренція в межах системи засобів масової інформації» (Moskalenko, 1997, с. 193-196). У решті підрозділів описані функції ЗМК, поради для ЗМК, які хочуть вижити в сучасному інформаційному полі, а також етапи обробки інформації за допомогою електронно-обчислювальних машин.

Підбиваючи підсумки, можна сказати, що підручник «Масова комунікація» залишає від себе двояке враження. З одного боку, сам факт появи першого українського підручника про масову комунікацію є важливою датою в історії вітчизняного журналістикознавства. Підручник містить базову інформацію про функції ЗМК, морально-етичні та законодавчі основи

їх діяльності, основні західні концепції журналістики в умовах громадянського суспільства. З іншого боку, більша частина інформації, наведеної в підручнику, стосується в першу чергу теорії журналістики, а не теорії масової комунікації. Власне уявленнь про теоретичні основи масової комунікації із підручника почерпнути неможливо. Також, на нашу думку, текст підручника надто перевантажений роздумами про призначення і майбутнє журналістики, що значною мірою спираються на уявлення, сформовані в часи СРСР.

### **Ольга Зернецька. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Монографія (1999)**

Ольга Василівна Зернецька – доктор політичних наук, головний науковий співробітник в Інституті світової економіки і міжнародних відносин НАН України. Її монографія «Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини» – це, в першу чергу, погляд на теорію масової комунікації з точки зору політолога, а не журналістикознавця чи соціолога. Монографію надруковано в Києві у 1999 році. Це друга праця Ольги Зернецької, присвячена мас-медіа. У 1993 році з'явилася її перша монографія в цьому напрямі – «Нові засоби масової комунікації». Взята нами на розгляд праця – продовження і поглиблення попереднього доробку науковця. В анотації до праці зазначено, що «у монографії вперше у вітчизняній політологічній науці комплексно досліджуються глобальні трансформації систем масової комунікації кінця ХХ ст. як нового фактора міжнародних відносин. В контексті революційних змін у галузі новітніх технологій, кабельного й супутникового ТВ та розвитку диджиталізації розглядаються системи мас-медіа на державному, регіональному і глобальному рівнях» (Zernetska, 1999, с. 2).

У вступі автор зазначає: «Характер 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» (Zernetska, 1999, с. 7).

У дослідженні повною мірою застосовано міждисциплінарний підхід. Монографія складається із семи розділів. Розділ 1 розкриває історію вивчення масової комунікації, як за кордоном, так і в Україні. Треба сказати, що перелік основних вчених та їхніх праць вийшов дуже вичерпним. На початку авторка наводить два визначення поняття «масова комунікація». Це «процес швидкого розповсюдження механічно або електронно продукованих дублікатів копій інформації для гетерогенної і часто великої кількості індивідуумів» (Zernetska, 1999, с. 18), а також «інституціалізовані 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» (Zernetska, 1999, с. 18-19).

Другий розділ монографії присвячений феномену глобалізації. Аналізуючи це явище, дослідниця використовує праці Г. Маклюєна та інших західних науковців. Глобалізацію авторка визначає як «процес структурування, який містить у собі гомогенізацію і гетерогенізацію, – процес, у якому фактори, що оперують у різних темпоральних послідовностях, взаємодіють та змінюють перемінні структури соціального буття для створення структурно олігархічного, але взаємопов'язаного світу. Шляхи і потоки глобалізації можуть бути різноспрямованими та багатовимірними; вони проходять крізь вертикальні та горизонтальні організації людського життя» (Zernetska, 1999, с. 49-50). Окрім глобалізації у цьому ж розділі здійснюється комплексний аналіз інших тенденцій у трансформації мас-медіа. Це диджиталізація, мультимедійність, концентрація та конгломерація, диверсифікація, інтернаціоналізація та транснаціоналізація.

Розділи з третього по сьомий висвітлюють питання міжнародної політики в сфері масової комунікації. У розділі 3 розглядаються моделі державної політики в галузі масової комунікації на прикладі державної політики різних країн світу – Великої Британії, Австралії, Південної Кореї, Японії, Італії, Мексики та Бразилії. Аналізуючи трансформації

національних і регіональних медіа-систем різних країн світу, автор відстежує основні зміни державної політики в галузі масової комунікації у зв'язку з політичними, економічними, культурними та етнічними факторами. Розділ 4 присвячено питанню впливу глобальних медіа-імперій на міжнародну політику. Ольга Зернецька також вивчає виникнення та розвиток регіональних і глобальних медіа-імперій, приділено особливу увагу найбільш помітним із них, а також ролі їх власників в акумуляції медіа-, економічної та політичної влади. У цьому розділі авторка дає досить цікаве визначення для політичної комунікації, а саме: «це комунікація в сфері внутрішньої та зовнішньої політики, яка частково або чималою мірою здійснюється за допомогою ЗМК». Розділ 5 аналізує зміни в дипломатії, пов'язані із процесами трансформації мас-медіа, зокрема, феномени медіалізму та медіатизації, явище віртуальної дипломатії (Zernetska, 1999, с. 196 і далі). Розділ 6 досліджує роль і функції міжнародних організацій в регулюванні масової комунікації (Zernetska, 1999, с. 238 і далі). О. Зернецька відстежує діяльність міжнародних (ООН, ЮНЕСКО) та європейських інститутів (Європарламент, Рада Європи, Європейська телерадіомовна спілка), так само як і неурядових організацій у сфері інформації та комунікації, привертаючи увагу до політичних, економічних, культурних проблем, а також до питань про права людини, що є актуальними на порозі інформаційної ери.

Розділ 7 «Україна в європейському і світовому масовокомунікаційному просторі», розглядає основні тенденції розвитку системи масової комунікації в Україні після набуття незалежності. Висновок зроблено не надто втішний: «Стан і тенденції розвитку системи масової комунікації в Україні загалом відображають загальну кризову ситуацію в державі, що в аспекті глобальних трансформацій систем масової комунікації приводить до загострених, а часом – непередбачених форм її проявів. Перехід від гегемонізму державного телебачення як національної системи до дуальної моделі йде не шляхом створення громадського й комерційного телебачення (як у Західній Європі, Канаді, Японії, Австралії), а співіснуванням державного і недержавного (тобто комерційного) телебачення, що, попри елементи комерціалізації та лібералізації, стримує розвиток громадянського суспільства в Україні, одночасно підсилюючи вплив виконавчої гілки влади на національне телерадіомовлення» (Zernetska, 1999, с. 333).

«Висновки» закінчуються словами, що не втрачають своєї актуальності і сьогодні: «Попри всі складності перехідного періоду і кризовий стан в Україні, в останнє десятиліття ХХ ст. вона як політичний актор увійшла в Європу та міжнародне співтовариство в новому статусі – статусі незалежної і суверенної держави. Це вимагає від неї багато зусиль для створення свого позитивного іміджу в світі, в чому національні ЗМК відіграють велику роль... Для того, щоб образ України поставав невикривленим і разом з тим, щоб громадяни України сприймали світ не тільки через фільтри закордонних інформаційних служб, необхідне розширення мережі закордонних кореспондентських пунктів» (Zernetska, 1999, с. 334).

Незважаючи на те, що саме поняття «масової комунікації» і його теоретичні основи у монографії Ольги Зернецької розкриті не надто глибоко і авторка не приділила уваги, наприклад, моделям масової комунікації або компонентам повідомлення у масовій комунікації, ця монографія стала першою в Україні, що обґрунтовано концептуалізувала тодішній стан і тенденції глобальних систем масової комунікації та їх вплив на міжнародні відносини. Для свого часу це дослідження було справді новаторським і в плані наукової постановки проблем, і в шляхах їх розкриття. До беззаперечних досягнень авторки слід віднести дослідження таких нових для того часу процесів, як концентрація, конгломерація, диверсифікація, конвергенція, інтернаціоналізація та транснаціоналізація в галузі мас-медіа. Перевагою дослідження є також те, що науковець, будучи за спеціальністю політологом, вільно почуває себе в галузі теорії масової комунікації.

**Валерій Іванов. Соціологія масової комунікації. Навчальний посібник (2000)**

У 2000 році в Києві вийшов друком навчальний посібник Валерія Феліксовича Іванова «Соціологія масової комунікації», в якому український теоретик масової комунікації продовжив наукову розробку тем, сформульованих ним у докторській дисертації «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації».

У вступі автор підкреслює, що «на сучасному етапі розвитку суспільства журналістам конче потрібні знання про об'єктивні методи дослідження з тим, щоб результати вивчення предмета не орієнтувалися на певні погляди дослідника, а являли незалежний об'єктивний аналіз певних сторін явища чи процесу, що досліджувалися» (Ivanov, 2000, с. 4). Джерелом такої об'єктивної інформації, на думку вченого, має стати саме наука соціологія. Аналізуючи стан мас-медіа на Заході, автор виділяє такі нові їх функції: «1. Впровадження соціального прогресу та ревізії традицій; 2. Регулювання моральних та, навіть, правових норм (мас-медіа лобіюють прийняття нових законів, розкручують карні справи тощо); 3. Соціального управління» (Ivanov, 2000, с. 9).

Як ми зазначали раніше, саме соціології був присвячений весь другий розділ (половина) дисертації Валерія Іванова. В навчальному посібнику «Соціологія масової комунікації» науці соціології також відводиться чільне місце: тема 1 носить назву «Загальне поняття про соціологію». У ній автор здійснює короткий виклад визначення соціології, історії розвитку соціологічних досліджень, структури соціології.

Тема 2 висвітлює основні поняття, що стосуються власне соціології масової комунікації. На початку автор знайомить читача із самим поняттям «масова комунікація», наводить власне його визначення, виділяє основні елементи та особливості діяльності мас-медіа. Наприкінці теми Валерій Іванов здійснює перехід від поняття «масова комунікація» до поняття «соціологія масової комунікації». Його вчений визначає як «галузь соціології, яка вивчає процеси функціонування і розвитку мас-медіа. Її мета – це вивчення, з одного боку, обумовленості цих процесів, з іншого – їх наслідків, тобто впливу на соціальні, політичні, економічні, культурні явища» (Ivanov, 2000, с. 39). Наостанок автор здійснює цікавий екскурс до історії соціології масової комунікації. Міні-історичний нарис показує еволюцію поглядів соціологів на явище масової комунікації, теорій і концепцій, що існували на різних етапах людської історії.

У темі 3 розкриваються різні аспекти поняття «громадська думка». Громадську думку Валерій Іванов визначає як «стан масової свідомості, який включає в себе приховане чи явне ставлення різних соціальних спільностей до проблем, подій і фактів дійсності. Громадська думка виступає в експресивній, консультативній, контрольній та директивній функціях» (Ivanov, 2000, с. 62). Окрім визначення, автор також здійснює короткий огляд історії досліджень громадської думки, а також аналізує вплив мас-медіа на її формування. Щодо останнього питання, то тут науковець виділяє два рівні, на яких працює громадська думка. Перший рівень – це рівень відбиття дійсності (рівень свідомості, слова), другий – це рівень впливу на дійсність та її перетворення. У процесі формування громадської думки існують різні сукупності факторів, що діють як на першому, так і на другому рівнях.

Тема 4 – «Соціологічне вивчення комунікатора». Вчений виділяє чотири основних типи комунікатора: власник, керівництво, журналіст, журналістський колектив. Далі подається огляд найвідоміших і найважливіших соціологічних досліджень, що вивчали професійний рівень комунікаторів. Валерій Іванов доходить до висновку, що «основна фігура у мас-медіа – це, звичайно, не власник, а журналіст» (Ivanov, 2000, с. 101). На основі розглянутих соціологічних досліджень журналістів учений формує таке твердження: «Найважливішою умовою високої продуктивності та гарного творчого самопочуття журналістів є органічне поєднання у їх діяльності напрямків, які важливі з точки зору політики органу інформації, і творчого потенціалу, намагань його співробітників. Поєднання ґрунтовної професійної підготовки, опанування методів і методики створення журналістського матеріалу з досвідом, який накопичений у ході практичної роботи, є суттєвою гарантією того, що на цьому

найважливішому етапі роботи буде більше творчих досягнень, ніж невдач» (Ivanov, 2000, с. 101-102).

Тема 5 – «Дослідження змісту повідомлень» – знайомить читача із методами соціологічних досліджень змісту масової комунікації, особливу увагу при цьому приділяючи контент-аналізу. Контент-аналізу відводилося кілька пунктів із докторської дисертації Валерія Іванова, тож і в цьому навчальному посібнику вчений відводить контент-аналізу важливу роль, наголошуючи, що популяризація цього методу приведе до значного зростання якості досліджень мас-медіа. «Ще зараз при розгляді питань методики соціологічних досліджень деякі автори зовсім випускають з уваги метод контент-аналізу, причому це робиться не тільки в роботах, присвячених соціологічним дослідженням взагалі, а й у працях про різноманітні дослідження мас-медіа, в тому числі про методи дослідження преси. У таких роботах при вивченні методологічних і методичних проблем формування громадської думки за допомогою мас-медіа, процесу спілкування при посередницькій діяльності преси, інших актуальних проблем діяльності масової комунікації автори використовують в основному емпіричні дослідження аудиторії за допомогою анкетування та інших форм опитування. Ніхто не сперечається, що опитування, спостереження, експеримент – важливі групи методів при вивченні будь-якого явища. Однак при цьому не можна забувати і про вивчення документів. Без ретельного аналізу документів висновки будь-якого дослідження, а особливо вивчення преси, будуть однобічними, а рекомендації не завжди доцільними» (Ivanov, 2000, с. 107), – підкреслює Валерій Іванов.

У темі 6 автор окреслює типологічні особливості, завдання і структуру мас-медіа. Тема 7 присвячена питанню аудиторії ЗМК. Аудиторію вчений визначає як «стійку сукупність людей, яка виникає на підставі спільності їх інформаційних потреб» (Ivanov, 2000, с. 136). У розділі наведена історія досліджень аудиторії в Україні, а також напрямки, за якими такі дослідження можуть бути проведеними. У темі 8 розглядається проблема ефективності мас-медіа. Темі 9 – 10 присвячені опису основних соціологічних методів, що можуть використовуватися для вивчення масової комунікації. Серед якісних методів розглянуто опитування, спостереження і експеримент. Темі 11 – 12 повністю присвячені єдиному формалізованому методу – контент-аналізу. Валерій Іванов знову наголошує на важливості застосування цього методу в українській науці: «Відродження національної свідомості українського народу, позбавлення від ідеологічного диктату, вихід на світовий рівень наукових досліджень у галузі суспільних наук (зокрема вивчення мас-медіа) неминуче приводить до відмови від суб'єктивних методів дослідження преси. На жаль, в Україні мало приділялося уваги розвитку такого об'єктивного методу як контент-аналізу. І зараз перед вченими стоїть завдання подолати цей розрив» (Ivanov, 2000, с. 200).

Навчальний посібник Валерія Іванова – перший український посібник з соціології масової комунікації, що поєднав основи теорії масової комунікації із соціологічними методами дослідження. В посібнику у достатньо стислій формі викладені методологічні, теоретичні основи соціологічних досліджень мас-медіа, зроблені історичні огляди таких досліджень в минулому. Посібник «Соціологія масової комунікації» відкрив багато тем, що раніше не розглядалися українськими вченими-журналістикознавцями, заклавши основу для подальших досліджень.

### **Георгій Почепцов. Теорія комунікації. Підручник (2001)**

Підручник «Теорія комунікації» – найбільш відомий і популярний навчальний зразок із цієї тематики у країнах колишнього Радянського Союзу. Автор підручника – Георгій Георгійович Почепцов – доктор філологічних наук, один із найвідоміших українських експертів із комунікаційних технологій із світовим іменем. Аналізована книга, видана у Москві в 2001 році, стала настільною книгою для не одного покоління журналістів, рекламників та партнерів України і країн ближнього зарубіжжя (на жаль, автор не перевидав «Теорію

комунікації» в Україні українською мовою). Спробуємо виявити, що нове вона внесла в українську теорію масової комунікації на тодішньому етапі її історичного розвитку.

Як впливає із назви, в підручнику «Теорія комунікації» йдеться не тільки про масову комунікацію, але й про інші її види. Хоча саме масовій комунікації присвячена більша частина праці. Підручник складається із дев'яти розділів: «Комунікація в структурі людської цивілізації», «Прикладні моделі комунікації», «Види комунікації», «Методи аналізу масової комунікації», «Методи аналізу текстів політичних лідерів», «Комунікація в сфері публік рілейшнз», «Кризові комунікації», «Аналіз комунікації в інших царинах» і «Міжнародні комунікації». Більшість із них так чи інакше торкаються проблем масової комунікації.

У першій темі Георгій Почепцов розкриває основні поняття, пов'язані із комунікацією, а також аналізує різноманітні моделі комунікації. Комунікацію автор визначає як «процеси перекодування вербальної в невербальну і невербальної в вербальну сфери» (Pochepctsov, 2001, с. 16). Місце комунікації в історії людської цивілізації автор пояснює: «Історично комунікацією було саме це: примушування іншого до виконання тієї чи іншої дії. Тобто для комунікації суттєвий перехід від говоріння Одного до дій Іншого. Саме заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини» (Pochepctsov, 2001, с. 16). Проте з точки зору масової комунікації особливий інтерес становлять підтеми «Модель комунікації з точки зору публік рілейшнз», «Соціологічні і психологічні моделі комунікації», «Моделі пропагандистської комунікації». Щодо моделі комунікації з точки зору зв'язків з громадськістю, то вчений виділяє елементи процесу комунікації, що є ключовими для комуникатора: «цільова аудиторія, канал, метакомуникативні знання, контекст» (Pochepctsov, 2001, с. 43). Як зазначає Георгій Почепцов, «успіх комунікації залежить від професійного вміння оперувати на цих рівнях комунікації» (Pochepctsov, 2001, с. 43). У темі «Соціологічні і психологічні моделі комунікації» вчений подає огляд деяких ключових моделей, зокрема, «двоступеневу» модель масової комунікації Лазарсфельда, «спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман, теорію гейткіперів Курта Левіна, що сьогодні стали хрестоматійними, але в той час лише починали входити до українського наукового обігу. У підрозділі «Моделі пропагандистської комунікації» доволі детально викладено основні методи і прийоми пропаганди.

У другій темі «Прикладні моделі комунікації» перш за все нас цікавлять параграфи «Моделі масової комунікації» і «Пропагандистські кампанії». В обох цих підрозділах основну увагу автор приділяє явищу пропаганди, намагаючись встановити, що саме робить пропаганду ефективною, підводячи приклади пропагандистських кампаній із історії під напруження західних теоретиків масової комунікації. Вчений доходить до таких висновків: «Людство давно веде психологічні війни і пропагандистські кампанії. Сьогодні вони спираються на чітке знання комуникативних закономірностей. Знання запропонованих в різноманітних науках комуникативних моделей допомагає створенню ефективних процесів впливу як у випадку реклами, так і в ситуації публік рілейшнз. Масова культура і масова комунікація становлять найбільший інтерес для запозичення їх досвіду, оскільки вони постійно і успішно працюють саме з масовою свідомістю» (Pochepctsov, 2001, с. 293).

У третій темі «Види комунікації» Георгій Почепцов аналізує явища мас-медіа, кіно та телебачення з точки зору концепції міфотворчості, сформульованої в першій главі підручника. Мас-медіа, кіно та телебачення вчений відносить до категорії «міфонароджувальних машин» (Pochepctsov, 2001, с. 351). Міфотворча роль мас-медіа базується на семи ознаках, які ще можна назвати сімома парадоксами. Це «парадокс селекції, парадокс норми, парадокс взаємного впливу, парадокс взаємної заміни, парадокс пріоритету реагування, парадокс міфологічної інтерпретації, парадокс несиметричності» (Pochepctsov, 2001, с. 357).

Четверта тема «Методи аналізу масової комунікації» присвячена розгляду всього трьох методів: контент-аналіз, пропагандистський аналіз та аналіз чуток. Метод контент-аналізу, як єдиний об'єктивний метод дослідження змісту масової комунікації, намагався популяризувати Валерій Іванов. Саме він і почав вводити цей метод в український науковий обіг.

Підручник «Масова комунікація» – це другий український посібник, в якому розглядається, хоч і тільки в загальних рисах, метод контент-аналізу. Цікавішим є підрозділ «Пропагандистський аналіз», в якому Георгій Почепцов формулює етапи аналізу пропаганди. Вони включають в себе «виявлення ідеології; встановлення контексту; ідентифікацію пропагандиста; визначення структури пропагандистської організації; визначення цільової аудиторії; розрізнення техніки впливу; спеціальні техніки пропаганди» (Pochepctsov, 2001, с. 387-388). Автор зауважує, що «пропаганда добре працює тільки тоді, коли її прийоми не випадкові, а систематичні, причому у всіх областях. Пропаганда завжди була, є і буде. Не слід скидати це з рахунків» (Pochepctsov, 2001, с. 391).

П'ята тема «Методи аналізу текстів політичних лідерів» продовжує розпочату в попередньому розділі тему контент-аналізу, цього разу на прикладі текстів політиків. Висновок глави: «Аналіз текстів перших осіб становить серйозну проблему для ряду наукових досліджень, починаючи з області національної безпеки, коли лідерів необхідно оцінити по їх здатності починати агресивні дії. Лідери також цікавлять сферу публік рілейшнз для можливостей політичного прогнозу, а також з метою пошуку найбільш ефективних видів впливу на аудиторію» (Pochepctsov, 2001, с. 447).

Теми з шостої по восьму присвячені переважно розкриттю понять публік рілейшнз та реклама, різних практичних аспектів їх діяльності. Заключна, дев'ята тема, присвячена питанню міжнародних комунікацій. В розділі «Висновок» автор постулює твердження про стратегічну важливість вивчення комунікації: «Комунікація настільки ж стратегічно важлива для суспільства, як і інші його складові, які носять матеріальний характер. Саме наша недооцінка комунікації привела до того, що в результаті Радянський Союз програв третю для Другої світової війни як війну символічну. Людська цивілізація все більше зміщується саме в інформаційну сторону. Країни типу Японії, що виробляють інформацію в якості свого основного продукту, виходять в лідери ХХІ століття» (Pochepctsov, 2001, с. 649-650).

Загалом підручник Георгія Почепцова можна вважати «фундаментальним». Автор розкриває широке коло питань, пов'язаних із теорією та практикою комунікації. Щодо теорії саме масової комунікації, то тут певний відбиток накладає те, що в підручнику масова комунікація розглядається як один із різновидів комунікації, хоч і як різновид найважливіший. Тому безпосередньо поняттю масової комунікації, теоретичним основам цього явища приділено порівняно не так багато уваги. Тим не менш, перелік заслуг автора підручника в питанні розробки теорії масової комунікації є вельми солідним. Це і систематизація основних моделей масової комунікації, всебічне вивчення явища пропаганди, введення в науковий обіг методів контент-аналізу та пропагандистського аналізу. Все це робить підручник «Теорія комунікації» етапним в розвитку вітчизняної науки про масову комунікацію.

### **Сергій Квіт. Масові комунікації. Підручник (2008)**

2008 рік став плідним в історії української науки про масову комунікацію. Цього року побачили світ два підручники з теорії масової комунікації, авторами яких були Сергій Миронович Квіт – президент Національного університету «Кієво-Могилянська академія», доктор філологічних наук, і Володимир Володимирович Різун – директор Інституту журналістики, доктор філологічних наук. Звісно, що ні про яку конкуренцію між двома науковцями і не йшлося. Проте, аналізуючи ці два підручники, деяких порівнянь буде важко уникнути. Підручник Сергія Квіта «Масові комунікації» був підписаний до друку 27 березня 2008 року, підручник Володимира Різуну «Теорія масової комунікації» здано на виробництво 1 грудня 2008 року. Отож розпочнемо із праці президента «Кієво-Могилянської академії».

У передмові автор зазначає: «Назва цієї книжки може бути подовжена: «Масові комунікації. Подолання тоталітаризму». Вона зосереджується на теоріях і дослідженнях масових комунікацій, а також на тому, яким чином ці процеси відбуваються у сьогоднішній Україні» (Квіт, 2008, с. 7). З цього можна зробити висновок, що підручник є не стільки викладом теорії масової комунікації, скільки аналізом сучасної для автора ситуації в українській

журналістиці. Цю думку підтверджує і структура книги. Підручник складається із восьми розділів: «Масові комунікації та їх дослідження», «Теорії масових комунікацій», «Медіареформи: подолання тоталітаризму», «Професія журналіста», «Спеціальні представлення», «Громадське мовлення», «Нові медії», «Глобалізація і порозуміння». Безпосередньо теорії і теоріям масової комунікації присвячено два перші розділи, два останні розділи присвячено сучасним тенденціям у трансформації мас-медіа, решта розділів більше стосуються журналістикознавства і роздумів дослідника щодо напрямків розвитку української журналістики.

У першому розділі стисло викладено основні думки західних і українських дослідників щодо природи і значення понять «комунікація» та «масова комунікація», зокрема, один підрозділ виділено на тлумачення цих понять у науці соціології. Також у розділі вперше в історії українського журналістикознавства і комунікативістики розглянуто поняття «медіаекологія», «медіакритика», «медіаграмотність» і «медіафілософія».

Другий розділ присвячено історії вивчення масових комунікацій і огляду основних теорій їх функціонування. Перелік розглянутих теорій є доволі вичерпним і, для свого часу, досить повним у порівнянні з іншими підручниками: теорія масового суспільства, символічний інтеракціонізм, «двоступенева» модель комунікації, теорія атрибутів, лінійні моделі, теорія чотирьох функцій Г. Лассвелла, загальна теорія систем, теорія Шеннона і Вівера, модель гейткіперів К. Левіна, медіативна теорія смислу, чотири теорії преси, теорія когнітивного дисонансу, доміантна парадигма, теорія модернізації Лернера, теорія використання і задоволення, теорія дифузії інновацій, парадигма залежності, теорія розширення відчуття Маклюєна, соціальне конструювання реальності, теорія культивациі, теорія розриву у знаннях, теорія всесильних медіа, теорія порядку денного, теорія спіралі мовчання, соціальне навчання, теорія фреймінгу, теорія медійної залежності, альтернативна парадигма, феміністська медійна теорія, теорія ефекту третьої особи, нормативні теорії Мак-Квейла, пропагандистська модель, теорія праймінгу, теорія медійної грамотності, теорія самореференції Лумана.

У розділі «Медіареформи: подолання тоталітаризму» здійснено огляд історії розвитку українських мас-медіа з часу здобуття Україною незалежності. На початку розділу автор зазначає, що «розвиток масових комунікацій сучасної України слід розглядати у контексті вирішення проблеми подолання тоталітаризму. Це завдання зовсім не означає, що Україна його пододала і ми тільки підсумовуємо, яким чином це було зроблено. Насправді остаточне подолання тоталітаризму в принципі неможливе, оскільки він проявляє себе скрізь, де тільки суспільство втрачає пильність або здатність опиратися його проявам. Тобто у цьому разі йдеться про тоталітаризм не як про суспільний лад. Тут ми розглядаємо певний спосіб мислення, існування і спокуси меншої відповідальності, що завжди наближає нас до становища повної несвободи» (Kvit, 2008, с. 71). Період правління перших двох українських президентів Сергій Квіт характеризує як період «авторитарної стагнації» (Kvit, 2008, с. 75), а Помаранчеву революцію називає «епохальною подією української історії» (Kvit, 2008, с. 80), стверджуючи, що вона принесла для України «журналістську революцію», що зробила незворотними зміни в українських медіа (Kvit, 2008, с. 89). З висоти 2016 року можна сказати, що автор дивився в майбутнє занадто оптимістично. Цікавим є також підрозділ «Російська гра», в якому автор аналізує українсько-російські відносини, роблячи цікаве твердження: «Відносини України та Росії формуються за типологією дискурсів, що існують за принципом взаємовиключення: свободи і не-свободи. Саме так треба розуміти всі постколоніальні тертя і непорозуміння. Ціннісний вибір України автоматично протиставляє її Росії, хотілося б цього комусь чи ні» (Kvit, 2008, с. 78).

Четвертий розділ «Професія журналіста» присвячений стандартам журналістської діяльності, журналістській етиці та саморегуляції ЗМК. Цю тему продовжує і наступний, п'ятий розділ «Специфічні представлення». В шостому розділі розглядаються перспективи впровадження в Україні громадського мовлення.

У сьомому розділі «Нові медіи» подано короткий опис історії появи нових мас-медіа, здійснено перелік їх основних різновидів, проаналізовано вплив нових медіа на журналістську діяльність. Серед шляхів впливу нових медіа на журналістику виділено такі: «1. Змінюється природа контенту новин. 2. Журналісти змінюють спосіб виконання своєї роботи в інформаційну добу. 3. Зазнає глибинної трансформації структура ньюзрумів та новинної індустрії. 4. Докорінно перебудовуються стосунки між організаціями, які продукують новини, журналістами та – аудиторією, джерелами, конкурентами, рекламодавцями й урядами» (Квіт, 2008, с. 161). В останньому розділі розглядається явище глобалізації масової комунікації, тут міститься детальний розбір поглядів західних вчених на позитивні можливості та загрози, що несе глобалізація. Головний висновок: «Перетворення не обов'язково повинні сприйматися як загрозово-неминучі, у тому числі зберігають свою вагу принципи національного суверенітету. Людина сама проектує і створює своє майбутнє. Глобальні зміни відкривають нові можливості. Тому може йтися також про контури такого суспільства, яке самоорганізовується і навчається» (Квіт, 2008, с. 189).

Підручник Сергія Квіта «Масові комунікації» має, на наш погляд, як переваги, так і недоліки. Що стосується дослідження понять «комунікація» та «масова комунікація», викладу історії досліджень масової комунікації, основних її історичних теорій і моделей, західних досліджень явища глобалізації, підручник вигідно виділяється на фоні своїх попередників. Автор провів велику роботу із систематизації напрацювань інших вчених і результати цієї роботи подав у зручній для сприйняття формі. Але, з іншого боку, значний масив питань теорії масової комунікації залишився нерозглянутим. Замість цього значну частину підручника займають основи журналістики, авторські роздуми про минуле та майбутнє українських медіа.

### **Володимир Різун. Теорія масової комунікації. Підручник (2008)**

Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка – провідний центр сучасного українського журналістикознавства та науки про масову комунікацію, починаючи із часу свого заснування у 1993 році. Саме на базі Інституту журналістики в 1997 році був створений перший підручник з теорії масової комунікації «Масова комунікація», до написання якого доклав руку тодішній директор Інституту журналістики Анатолій Москаленко. Цей підручник був першим і відіграв свою важливу роль, але мав також багато недоліків. Головний із них – в підручнику було приділено мало уваги власне теоретичним основам масової комунікації, велику частину видання було заповнено роздумами про призначення та функції журналістики, що більше відповідає курсу «Основи журналістики».

В анотації до підручника зазначається, що «це перший в Україні підручник з теорії масової комунікації, в якому системно викладено теоретичні засади розуміння масового спілкування, викладено технологію масового впливу та представлено основні наукові течії, принципи й підходи до вивчення масової комунікації» (Rizun, 2008, с. 4). Забігаючи наперед, скажемо, що це твердження цілком відповідає істині. Друга спроба директора Інституту журналістики сісти за написання підручника з теорії масової комунікації вийшла більш вдалою, ніж перша (конспект лекцій). Посібник створено на основі курсу лекцій, прочитаного Володимиром Різуним для студентів Інституту журналістики ще у 2000 році. Суттєво доповнивши курс лекцій, удосконаливши його зміст, учений видав підручник, що побачив світ у 2008 році.

Враховуючи підготовку студентів бакалаврату в Інституті журналістики, а також рамки кваліфікації для професії, Володимир Різун підійшов системно до формулювання предмета і завдання курсу, виділення ключових тем, визначення цільової аудиторії – майбутніх журналістів, видавців, редакторів, рекламістів чи фахівців зі зв'язків із громадськістю. Ми б розширили перелік потенційних читачів: з погляду професійної і наукової діяльності книга може зацікавити як аспірантів, так і менеджмент медіаустанов.

Заслуговує на увагу логіка побудови структури підручника. Так, у першій частині «Поняття про масову комунікацію» автор глобально розглядає три фундаментальні теми – «Масова комунікація як явище», «Маси», «Професіонали масового спілкування». Таким чином, у читача формується уявлення про масову комунікацію, які Володимир Різун пояснює як «особлива форма соціального регулювання, яка становить окремий її різновид» (Rizun, 2008, с. 4). Саме на основі цього науковець обґрунтовує характер масового спілкування, розкриває сутність структури масової комунікації. У цій частині автор детально описує основні моделі комунікації, види і форми комунікації, визначає природу масової комунікації, тобто закладає теоретичне підґрунтя для розуміння більшості комунікаційних процесів.

Однак для того, щоб зрозуміти природу масової комунікації, треба зрозуміти найголовніше: хто такі маси. Володимир Різун «відштовхується» від аксіоми про те, що маси – це «не проста сукупність особистостей, а нова психологічна єдність людей, яка формується й певним чином поводить себе під впливом масового настрою, що виникає у результаті конфлікту між прагненнями й досягненнями людей» (Rizun, 2008, с. 65). У підручнику докладно з'ясовано форми мас, розкрито загальні найважливіші ознаки маси. Окремо автор зосереджує увагу на процесах масифікації, показує роль засобів масової комунікації в масифікації людини і загалом пояснює основні теоретичні підходи до формування настроїв, думок, свідомості і поведінки у масовій аудиторії. Цінними є також вивчення і з'ясування таких понять, як натовп і публіка, масова аудиторія, настрої, думки, свідомість і поведінка мас, масові настрої, суспільна думка, масова свідомість, масова поведінка.

Друга частина підручника висвітлює найголовніші уявлення про масовокомунікаційний вплив і складається із трьох тем: «Масовий вплив як комунікаційний процес», «Технологія масовокомунікаційного впливу», «Ефекти в масовій комунікації». Сформулювавши визначення масового впливу, узагальнивши погляди різних науковців і дослідників, які вивчали цю проблему, Володимир Різун переходить до пояснення масовокомунікаційного впливу, зокрема окремо зупиняється на явищах масової сугестії, масового зараження та механізмах масової маніпуляції. Досить вдало автор застосовує прийом привертання уваги читача, через виділення в окремий блок застережень та рекомендацій щодо запобігання маніпуляцій: «Не дозволяйте комунікантові спілкуватися з вами без з'ясування того, чого хоче від вас комунікант [...]. Готуйтеся до розмови, ознайомтеся з темою заздалегідь. Відсутність знань із теми обеззброює вас і робить беззахисними перед комунікантом» (Rizun, 2008, с. 153).

Зробивши зазначені застереження, Володимир Різун переходить до розбору механізмів керування масою - технологій масовокомунікаційного впливу, таких як PR-технології, рекламні акції, пропагандистські кампанії).

Автор підручника зосереджує увагу на таких методах: переконання, «промивання мізків», навішування ярликів, асоціативного формування позитивного ефекту тощо. Використання будь-якого з методів має на меті досягнення певної мети, певного ефекту. Тому в залежності від мети, у підручнику описано такі види ефектів у масовій комунікації, як ефект гуртування, довіри, ореолу, праймінгу, культивациі, бумеранга. Кожний із перерахованих технологій приділяється окремий підпункт в книзі, що дає змогу студенту швидко повернутися і повторно переглянути інформацію про прийоми і підходи масового впливу.

Третя частина підручника «Дослідження масової комунікації» присвячена розглядові науково-дослідницьких підходів у масовій комунікації. Максимальний рівень теоретичного обґрунтування такого підходу реалізується через детальне обговорення трьох тем – «Історія науки про масову комунікацію», «Теорії масової комунікації» та «Напрями і методи досліджень масової комунікації». Саме через контент цієї частини ми вважаємо за доцільне розширити цільову аудиторію підручника, про що зазначали раніше.

Важливим з погляду розвитку українського журналістикознавства є підпункт «Новітній, вітчизняний етап у розвитку науки про масову комунікацію», в якому розглядаються основні етапи у розвитку науки про масову комунікацію в Україні та розвиток науки про масову комунікацію в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса

Шевченка. Цікаво простежувати в хронологічному порядку як формувалися наукові школи, як змінювалися підходи до формулювання основних фундаментальних дисциплін і як трансформувалося поняття підготовки фахівця в галузях журналістики, реклами, видавничої справи.

Аналогічний підхід послідовності використано автором під час опису розмаїтих теорій масової комунікації. Заслуговує на позитивне відзначення те, які саме теорії визначено і прокоментовано, зокрема теорію масового суспільства і сильних медіа, теорію двоступеневого впливу, теорію дифузії інновацій, теорію Г. Лассвелла, теорію чотирьох функцій. Автор також розглянув найголовніші та найпоширеніші моделі комунікації – модель всесильної пропаганди, модель контактування (модель Якобсона), модель Левіна, модель Каца – Лазарсфельда та інші. Загалом перелік теорій та моделей масової комунікації у цьому підручнику є наразі найбільш повним з усіх праць українських дослідників. Безумовно, перелік та аналіз теорій масової комунікації, систематизований Валерієм Івановим у монографії «Масова комунікація» (про яку мова піде далі), є суттєво ширшим, проте праця В. Іванова є науковою, тоді як підручник Володимира Різун – навчальне видання.

У пункті «Методи досліджень масової комунікації» Володимир Різун розповідає про пріоритетні напрями досліджень комунікації, а також про методи дослідження масової комунікації. Саме через контент цього пункту автор підручника намагається сформулювати повагу до науки про медіа у студентської спільноти. Всі тези ілюструються чималою кількістю прикладних матеріалів, які допомагають студентів осягнути досить складний і цікавий масив знань.

У авторській передмові до підручника є такі слова: «Теорія масової комунікації не навчить тебе брати інтерв'ю, робити репортаж, здійснювати радіомонтаж, писати нарис (не це є завданням модуля). Але ТМК навчить тебе розуміти, що таке масове спілкування як вид соціальної комунікації, як воно впливає на роботу журналіста, рекламіста, видавця, фахівця зі зв'язків із громадськістю» (Rizun, 2008, с. 5). Головною перевагою підручника «Теорія масової комунікації», на нашу думку, є те, що у ньому немає нічого зайвого. Автор не дає ні основ журналістської діяльності, ні власних роздумів про суспільну функцію журналіста, про минуле, сучасність та майбутнє українських мас-медіа і таке інше. Підручник містить дуже конкретний, стислий, вдало систематизований виклад теоретичних засад науки про масову комунікацію і не відволікається на інші теми, що робить його ідеальним (принаймні, найкращим на даний момент) підручником з курсу «Теорія масової комунікації» для студентів спеціальності «журналістика».

### **Оксана Косюк. Теорія масової комунікації. Навчальний посібник (2012)**

Навчальний посібник «Теорія масової комунікації» авторства Оксани Михайлівни Косюк, надрукований у Луцьку в 2012 році. Оксана Косюк – кандидат філологічних наук, доцент Волинського національного університету імені Лесі Українки. Навчальний посібник базується на курсі лекцій, розробленому авторкою у 2007 році. Цей посібник менш помітний для широкого кола науковців, але підхід його авторки містить деякі суттєві відмінності від авторів, яких ми розглядали раніше.

У вступі авторка так аргументує доцільність створення свого навчального посібника: «На межі тисячоліть неймовірно зросла увага до такого соціального феномену, як комунікація. Протягом останніх десятиліть це явище стало об'єктом досліджень на різних рівнях, у вимірах багатьох наук. І це вже не можна вважати випадковістю. На черговому витку цивілізації таки справді відбувається глобальна трансформація – модифікація суспільств індустріального типу – в інформаційно-комунікативні. Як наслідок – комунікація проникає в усі сфери життєдіяльності людини і – відповідно – стимулює прискорений розвиток елементів власної структури. Ключова проблема національного інформаційного простору – значне відставання теоретичного осмислення феномена комунікації від реальних масштабів процесів, що відбуваються у науці та суспільстві. Нові реалії потребують якісно інших підходів

та методів дослідження, вимагають вибудови оригінальних концепцій у структурі «новонароджених» наук та навчальних дисциплін комунікативного циклу» (Kosyuk, 2012, с. 4).

Перший розділ «Основи теорії комунікації» – це виклад базової інформації про масову комунікацію як науку та навчальну дисципліну, її об'єкт, завдання, місце у системі наукових та навчальних дисциплін. Цей розділ, за великим рахунком, мало чим відрізняється від подібних розділів у попередніх розглянутих нами працях.

У темі «Структура комунікативного процесу» через приклади дається уявлення про проходження й формування комунікації, її модифікації, пропонується характеристика учасників комунікативного процесу (комунікатор, реципієнт, посередник), складники комунікативного ланцюга, рольові маски комунікатора (аніматор, автор, принципал, контактер, символізатор), комунікативні канали та явища посткомунікації. Діалоги як зразки комунікаційної дії допомагають розкрити суть процесу, і в результаті «залежно від функцій комунікації та обраної в ній позиції, мовець/комунікант/адресант постає в різних виявах (наче одягає різні маски)» (Kosyuk, 2012, с. 28).

Наступна тема присвячена комунікаційним технологіям та стратегіям. У темі «Моделювання комунікації» міститься інформація про основні моделі масової комунікації: «Чотири теорії преси», концепції масових комунікацій Маклюєна, теорія екології масової комунікації. Також розглядаються такі загальні моделі комунікації, як модель всесильної пропаганди, модель переконання, модель контактування, модель трансмісії сигналу Шеннона та Вівера, модель гейткіперів, модель «двоступеневого руху інформації», соціологічна модель Рілеїв, модель спільного досвіду Шрамма. В останній темі розділу, «Методи комунікаційного аналізу», пропонується загальнотеоретичне розуміння методу, розглянуто семіотичний, контент, структурний, пропагандистський, мотиваційний, культивацийний, теологічний, сюжетний, стереотипний, автобіографічний аналізи.

Другий розділ, «Аналіз комунікаційних дискурсів», виділяє посібник з-поміж аналізованих вище книг. Тут Оксана Косюк зосереджує увагу на комунікаційних «дискурсах» як явищі масової комунікації. Саме пояснення масовокомунікаційного процесу як дискурсу є специфічний особистий підхід авторки. У розділі розкриваються поняття «дискурс» і «текст», аналізуються складники комунікативного дискурсу.

Унікальність авторського підходу полягає в «пропонуванні взірців функціональних комунікативних дискурсів, спершу за галузевохронологічним критерієм (ритуальний, театральний, газетний, літературний дискурси, дискурс електронних ЗМІ та розмовний), згодом – за критерієм патогенності і свободи: здорові та «хвороботворчі» (порнопродукція, медіанасилля, піаркомунікація). Окремо розглядається інтеркурс (дискурс, що став комунікативною стратегією й технологією виробництва дискурсів і текстів)» (Kosyuk, 2012, с. 7). Як анутує сама авторка: «першим аналізується ритуальний дискурс. Ритуал постає тут як сукупність обрядів, що з найдавніших часів і донині супроводжують віртуальні та реальні церемонії і дійства, та модель для творення інших дискурсів. Далі в поле зору дослідниці потрапляє театральний дискурс. Вона пропонує погляд на театр як на публіцистичне й публічне явище (прожурналістика). Наступна тема – газетний дискурс. Тут подається інформація про виникнення та розвиток друкованої комунікації. Тема включає розрізнення понять «публіцистичність» і «публіцистика» та розгляд найдавніших літописів (праць Геродота, Фукідида, Ксенофонта) і сучасної газетно-журнальної продукції як взірців публіцистичного дискурсу, який можна вважати інтеркурсом, що об'єднує усі дискурси, зводячи їх до поняття «масова комунікація». Телекомунікація та її специфічні можливості і спілкування у просторі радіо, а також семіотика кінодискурсу й комунікативні можливості всесвітньої мережі розглядаються у темі «Комунікаційні аспекти електронних засобів масової комунікації» (Kosyuk, 2012, с. 7-8).

Новизна підходу Оксани Косюк полягає саме в її увазі до поняття «дискурс» та спроб порівняти масову комунікацію із різноманітними видами дискурсів. Така ідея є сама по собі цікавою, але виникають сумніви стосовно того, чи варто на цій основі будувати навчальний

посібник (адже розділ про дискурси складає більше половини обсягу посібника). Посібник містить багато цікавих і креативних ідей (наприклад порівняння програм українського телебачення із традиційними елементами українського вертепу (Kosyuk, 2012, с. 113-114)), але час від часу у своїх міркуваннях дослідниця заходить так далеко, що хід її думок стає важко зрозуміти. Як, наприклад, виникає чимало запитань до ось такої сентенції: «Таке враження, що у своїй медіа-критичній діяльності людство не сягає рівня навіть багатого на яскравий експресіонізм печерного віку. Однак подих «реанімованої» архаїки над чолом техногенної доби теж про щось «говорить». Вочевидь, перенесені в царину медіа релікти давніх цивілізацій приховують у собі певні коди для розв'язання загадок сучасності й прогнозування майбутнього. Описуючи реальність за моделями витокових структур, ця архаїка розмовляє з нами апробованою часом, а значить – зрозумілою мовою» (Kosyuk, 2012, с. 325).

При цьому, перший розділ посібника містить доволі непоганий стислий виклад основних положень теорії масової комунікації. Загалом позитивним є те, що авторка намагається ввести в українську науку про власну комунікацію щось нове, певний новий кут зору, хоча здавалося, що після фундаментальних праць Г. Почепцова, В. Різуна та В. Іванова відкрити якісь нові аспекти масової комунікації неможливо. Проте авторці вдається віднайти індивідуальні горизонти наукового пошуку.

### **Валерій Іванов. Массовая коммуникация. Монография (2013)**

Підсумуємо наш огляд фундаментальною роботою Валерія Іванова – монографією «Массовая коммуникация». В основі дослідження п'ять окремих частин-монографій; перші три частини були опубліковані в 2009 році, останні дві – у 2010 році. Праця була спробою зібрати докупи та узагальнити результати наукових досліджень різноманітних аспектів теорії масової комунікації. «Массовая коммуникация» стала підсумком багаторічних досліджень цього вченого, що розпочалися ще на початку 90-х рр.

Причини створення монографії сформульовані самим автором у вступі: «Останні десятиріччя характеризуються гострими дискусіями про природу та функції мас-медіа, характер та глибину їхнього впливу на суспільство та окремі соціальні групи. При цьому настанови побутового дискурсу суттєво відрізняються від наукового. Зокрема, вчені не дотримуються типових уявлень про весиля масової комунікації, які артикулюють політики, частина бізнесменів та більшість журналістів. Гарячі суперечки виникають і навколо відповідальності журналіста за результати своєї праці. Тут традиційно стикаються кілька основних точок зору. Розбіжності в поглядах, звичайно, диктуються різними методологічними підходами та настановами при вивченні масовокомунікаційного процесу. Однак ці відмінності виникають також через слабку розробленість основних дефініцій... Наш посібник є результатом роботи останніх років і спробою систематизувати знання, накопичені наукою у сфері дослідження масовокомунікаційних процесів» (Ivanov, 2013, с. 6).

Перша частина монографії – «Інформація и коммуникация» – присвячена огляду різноманітних підходів до вивчення інформаційних і комунікаційних явищ у сучасному суспільстві. Підсумовуючи розділ, автор зазначає: «Інформація відіграє видатну і, багато в чому, визначальну роль у функціонуванні та розвитку сучасного суспільства. Інформація, доповнюючи уявлення людини про сутність природи, слугує базою для пізнання як природних, так і соціальних явищ» (Ivanov, 2013, с. 131). Перша частина поділяється на п'ять підрозділів. У цих підрозділах досліджуються поняття «інформація», «комунікація», «масова комунікація», «соціальна інформація», «документ», їх види, взаємозв'язок та властивості, форми існування, принципи класифікації й аналізу.

Друга частина – «Массовая коммуникация» – розкриває різні підходи до вивчення масовокомунікаційних явищ. Вона також складається із п'яти підрозділів. У них досліджуються базові складові процесу масової комунікації, дається аналіз мас-медіа, мас, комунікатора, аудиторії, їхніх структур, ознак, характерних рис. У передмові до цієї частини автор розміщує такі слова: «Тільки на перший погляд здається, що мас-медіа виникли й існують як

винятково журналістське явище. Треба відзначити, що вони відіграють значно більш широку роль. Дослідженнями мас-медіа займаються філософи, політологи, культурологи, філологи, психологи, представники багатьох інших наук. Особлива увага приділяється тому, що мас-медійна реальність стає своєрідним заміном реальності дійсної, і вже дійсність починають сприймати за стереотипами, які виникли в результаті масової комунікаційної спілкування» (Ivanov, 2013, с. 142). Цікавими є також погляди вченого щодо ролі ЗМК у житті суспільства: «Незалежність не означає нейтральності. Мас-медіа підтримують і насаджують певні цінності та стереотипи. І це від самого початку не може мати нейтрального характеру» (Ivanov, 2013, с. 210). «Медіа не просто інформують про події та дають майданчик для дискусій, вони не просто розважають і відволікають від повсякденної рутини. Мас-медіа формують історію та сьогодення в тому сенсі, що саме вони дають знання про те, що трапилося в навколишньому світі, і про те, добре чи погано те, що трапилося. Колективна пам'ять і колективна свідомість – це в наш час теж продукт діяльності мас-медіа. Таким чином, медіа формують міфи і стереотипи, настрої та стосунки» (Ivanov, 2013, с. 167).

У третій частині «Теории и модели массовой коммуникации» досліджується сам процес масової комунікації та його моделі, за допомогою яких ідентифікуються особливості та прояви сучасних соціальних комунікацій. Цю частину можна розглядати як своєрідний «енциклопедичний довідник» теорій і моделей масової комунікації, адже тут Валерій Іванов зробив одне із найбільш повних зібрань різноманітних теорій і моделей. У 2010 році третя частина монографії була видана як окреме видання «Основні теорії масової комунікації та журналістики» (Ivanov, 2010).

Четверта частина носить назву «Информационное общество». Вона складається із п'яти розділів. У них описуються підходи до визначення терміна «інформаційне суспільство», основні характеристики цього поняття, теорії інформаційного суспільства, складові частини інформаційного суспільства, роль інформаційних технологій в його розвитку, закономірності та регіональна специфіка переходу до інформаційного суспільства. У цій частині міститься найбільш повний систематизований перелік теорій інформаційного суспільства в роботах зарубіжних дослідників: теорії Й. Масуда, Д. Белла, Е. Тоффлера, М. Кастельса, Т. Стоуньєра, Ф. Вебстера, П. Дракера, Р. Йенсена, А. Барда і Я. Зодерквіста, Ф. Фукуями, В. Іноземцева.

Заклучна, п'ята частина монографії – «Глобалізація» – присвячена найбільш масштабному явищу, що тривожить провідні уми людства не одне століття. Явище глобалізації розглядається автором як нова парадигма існування людства. Вчений досліджує визначення глобалізації, основні теорії глобалізації, особливості глобалізації в різних сферах людського життя – економіці, політиці, культурі, технологіях і, безумовно, в мас-медіа. На думку Валерія Іванова, «медіа відіграють значну роль в процесі глобалізації. З одного боку, вони є інструментом її розвитку, з іншого, самі піддаються потужному впливу інших факторів глобалізації» (Ivanov, 2013, с. 840).

Монографія Валерія Іванова «Массовая коммуникация» не стала якимось етапним, переломним твором в історії українського журналістикознавства, адже створити такий переломний твір наприкінці першого десятиліття XXI століття, після того, як уже раніше було опубліковано такі праці, як «Теорія масової комунікації» Володимира Різуна чи «Теорія комунікації» Георгія Почепцова, було дуже складно. На той момент сучасна українська школа журналістикознавства вже була сформована. Проте все-таки значення цієї монографічної роботи було доволі великим. Це фактично єдине натеper в Україні наукове узагальнення усіх напрацювань щодо багатьох аспектів соціокомунікаційних процесів з їх системним аналітичним дослідженням з точки зору сучасного стану розвитку профільного наукового знання.

## Висновки

Вивчення теорії масової комунікації протягом останніх десятиліть стало важливим компонентом вітчизняних наукових досліджень у галузях журналістикознавства, соціології, політології. У підходах до цих досліджень постійно відбувалися зрушення. Українські наукові дослідження в галузі масової комунікації поступово позбавлялися від багатьох гіпотез, парадигм і методів, залишених у спадок від радянської науки. Це пов'язано зі змінами, що переживає масова комунікація в останні десятиліття. Поява нових медіа і нових трансформаційних процесів медіа ставить перед дослідниками додаткові проблеми, пов'язані з різноманітними аспектами теорії масової комунікації. Таким чином, нові комунікаційні технології змушують дослідників переглядати колишні дефініції ключових понять – «масової комунікації», «аудиторії».

Кожна з обраних праць зробила свій внесок в розвиток вітчизняної науки про масову комунікацію, хоч цей внесок далеко не однаковий. Дисертація «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» В. Іванова стала першою узагальнюючою працею, що систематизувала основні західні напрацювання з теорії масової комунікації. «Основи масової комунікації» Олени Кузнецової – хоч і далека від досконалості, але перша спроба створення вітчизняного навчального посібника з цієї теми. «Масова комунікація» (колективне авторство) – перший підручник з масової комунікації, що мав багато недоліків і більше акцентував увагу на основах журналістики, ніж на теорії масової комунікації. Монографія О. Зернецької «Глобальний розвиток систем масової комунікації та міжнародні відносини» узагальнила та систематизувала погляди західних науковців на питання глобалізації у мас-медіа. У «Соціології масової комунікації» В. Іванова вперше вводиться в науковий комунікаційний обіг значний масив соціологічних напрацювань західної науки. Перший узагальнений виклад теорії комунікації з акцентом на методи пропаганди та маніпуляції здійснив у своєму підручнику «Теорія комунікації» Георгій Почепцов. Підручники С. Квіта «Масові комунікації» та В. Різуна «Теорія масової комунікації» – спроба керівників провідних вищих навчальних закладів України розробити сучасну, засновану на останніх досягненнях науки, програму підготовки студентів спеціальності «журналістика». Більш вдалою виявилася спроба Володимира Різуна, чий підручник можна вважати еталоном якісного підручника, що містить стислий виклад теоретичних основ масової комунікації без зайвої інформації, що присутня в більшості інших підручників. Оксана Косюк у своєму підручнику «Теорія масової комунікації» спробувала ввести в науковий обіг новий аспект розгляду масової комунікації – аналіз її дискурсів. Валерій Іванов у монографії «Массовая коммуникация» комплексно систематизував й узагальнив аспекти масової комунікації.

При дослідженні згаданих праць у хронологічному порядку, простежується спадкоємність в розвитку української науки про масову комунікацію. При цьому помітно, що інтеграція результатів, особливо на теоретичному рівні, пов'язана з великими труднощами. Вчені по-різному підходять до вивчення масової комунікації. Проте в останніх працях помітно почала проглядатися певна теоретична цілісність в царині теорії масової комунікації. Кожне нове дослідження здійснює переосмислення свого предмета, але при цьому не відкидає існуючі дефініції та категорії. Це означає, що підсумком двадцяти п'яти років досліджень стало вироблення відправних точок, на які може опиратися кожне майбутнє дослідження. В якості цих відправних точок можна використовувати вже сформовані концепції. Важливим можна також вважати поступовий відхід в узагальнюючих теоретичних працях від тлумачення основ журналістики чи розгляду професійних стандартів подачі інформації. Автори таких праць почали зосереджувати більше уваги на безпосередньо теорії та відкидати зайве.

#### Список використаної літератури

Ivanov, V. (1996). Metodolohiia ta metodyka doslidzhennia zmistu masovoi komunikatsii [Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia stupenia doktora nauk: 10.01.08, Kyivskiyi un-t im. T.H.Shevchenka] [Methodology and methods of researching the content of

- mass communication [Abstract of the dissertation for obtaining the degree of Doctor of Philological Sciences: 10.01.08, Taras Shevchenko National University of Kyiv]].
- Ivanov, V. (2000). *Sotsiologhiia masovoi komunikatsii*. KNU im. T. Shevchenka [Sociology of mass communication. TSNU of Kyiv].
- Ivanov, V. (2010). *Osnovni teorii masovoi komunikatsii ta zhurnalistyky*. Akademiia Ukrainskoi Presy [Basic theories of mass communication and journalism. Academy of the Ukrainian Press].
- Ivanov, V. (2013). *Massovaia kommunikatsiia*. Akademiia Ukrainskoi Presy [Mass communication. Academy of Ukrainian Press].
- Kosyuk, O. (2012). *Teoriia masovoi komunikatsii: navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchych navchalnykh zakladiv*. VNU im. Lesi Ukrainky [Theory of mass communication: a study guide for students of higher educational institutions. Lesya Ukrainka VNU].
- Kuznetsova, O. (1996). *Osnovy masovoi komunikatsii: Redaktsiino-vydavnychi viddil LNU im. I. Franka* [Basics of mass communication: Editorial and publishing department of LNU named after I. Franko].
- Kvit, S. (2008). *Masovi komunikatsii: pidruchnyk dlia studentiv vyshchych navchalnykh zakladiv*. Kyievo-Mohylianska akademiia [Mass communications: a textbook for students of higher educational institutions. Kyiv-Mohyla Academy].
- Moskalenko, A., Guberskyi, L., Ivanov, V., Vergun, V. (1997). *Masova komunikatsiia*. Lybid [Mass communication. Lybid].
- Pocheptsov, H. (2001). *Tieoriia komunikatsyi: uchebnyk*. Refl-buk [Theory of communication: textbook. Refl-book].
- Rizun, V. (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii: pidruchnyk dlia studentiv haluzi 0303 «zhurnalistyka ta informatsiia»*. Prosvita [Theory of mass communication: a textbook for students of the field 0303 "journalism and information". Prosvita].
- Zernetska, O. (1999). *Hlobalnyi rozvytok system masovoi komunikatsii i mizhnarodni vidnosyny*. Osvita [Global development of mass communication systems and international relations. Osvita].