

## IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2024.84.1>

UDC 007:659.3:316.28

# 40 basic ideas to creating mass information theory

**Volodymyr Vladymyrov**

*<https://orcid.org/0000-0003-2077-8189>*

*Doctor of Philology, Professor*

*Educational and Scientific Institute of Journalism of Taras Shevchenko Kyiv National University  
36/1, вул. Юрія Ілленка, Київ, 04119, Україна*

*Corresponding author's e-mail address: [wladimirow@knu.ua](mailto:wladimirow@knu.ua)*

### ABSTRACT

One of the scientific paradoxes of the late 20th and early 21st centuries is the absence of mass information theory. This takes place at the height of the mass information age. Information theory does not replace this lack. This theory is within the limits of exact sciences. The theory of mass communication is also not concerned with research into the nature of mass information.

The author's analysis of the scientific literature showed an almost complete absence of publications on this topic in Ukraine, Europe, and the USA. In some places there were episodic appeals by scientists to the question of what mass information is. However, they did not constitute systematic and in-depth research.

In several scientific publications, the author raised the question of the necessity of creating such a theory. However, the reaction of the scientific community was rather passive.

Therefore, the author decided to create the foundations of such a theory himself.

Below are 40 basic ideas on which, in our opinion, a new scientific theory could be created.

**KEYWORDS:** mass information; media; theory; mass communication.

© Volodymyr Vladymyrov, 2024

## 40 базових ідей створюваної теорії масової інформації

*Владимиров Володимир Михайлович, Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кафедра реклами та зв'язків з громадськістю, доктор філол. наук, професор, <https://orcid.org/0000-0003-2077-8189>*

### Резюме

Одним з наукових парадоксів кінця XX та початку XXI століть є відсутність теорії масової інформації. Це має місце у розпал епохи масової інформації. Теорія інформації ніяк не заміщає цієї відсутності. Ця теорія знаходиться в межах точних наук. Теорія масової комунікації теж не переймається дослідженнями природи масової інформації.

Проведений автором аналіз наукової літератури показав практично повну відсутність публікацій на цю тему і в Україні, і в Європі, і в США. Подекуди траплялися епізодичні звернення вчених до питання про те, чим є масова інформація. Однак вони ніяк не становили системних та поглиблених досліджень.

Автором у кількох наукових публікаціях ставилося питання про необхідність створення такої теорії. Однак реакція наукової спільноти була скоріше пасивна.

Тому автор вирішив сам створити основи такої теорії.

Нижче подається 40 базових ідей, на яких могла би, на нашу думку, бути створена нова наукова теорія.

**Ключові слова:** масова інформація; медіа; теорія; масова комунікація.

### 1. Вступ

Створення нової наукової теорії це завжди багатопланова і різноманітна за методами наукова праця. Зазвичай її, у нинішніх умовах надзвичайного ускладнення явищ і процесів суспільного життя, виконують кілька вчених, на це йдуть роки, і навіть через десятиліття лишаються нерозв'язані питання та продовжуються наукові дискусії. Це має бути так і стосовно створення теорії масової інформації. Вона, у її закінченому вигляді, має стати однією з найскладніших наукових теорій на пікові епохи масової інформації. Однак починати її створення слід, на думку автора, з постановки основних питань, на пошуки відповідей щодо яких мають бути спрямовані зусилля вчених у першу чергу. Низка таких стверджень має дати напрям подальших кроків – тепер вже до розвитку нової теорії. Помилка у постановці таких базових ідей містить у собі загрозу завести подальший науковий пошук у хибному напрямку. Отже, на яких базових ідеях має будуватися велика споруда нової теорії? Автор сформулював низку таких ідей, їх виявилось 40, і саме на них, на наше переконання, мають звернути увагу творці нової теорії. Багато з цих ідей виглядають як аксіоми, і це добре, адже вони виглядають як істини, які не потребують доказів. Однак вони все одно потребуватимуть подальшого осмислення, збагачення розвитком і доказами – а можливо, і спростуваннями зі втратою статусу аксіоми. Це був би нормальний науковий процес – саме так, шляхом диспутів, у яких народжується істина, і розвивалася наука протягом тисячоліть. Отже, автор виносить на суд вчених з медіатеорії та із суміжних

галузей науки свій перший крок зі створення теоретичного підґрунтя нової і дуже актуальної теорії.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Сам факт відсутності системного дослідження того, чим є масова інформація, ставить нас перед необхідністю визнати, що теоретичного підґрунтя у цій статті практично немає. Це є виведеним автором науковим фактом у результаті тривалого й поглибленого дослідження наукової літератури Європи, США та навіть Китаю. Тим не менше знайдено деякі публікації у цій царині, які допомогли автору сформулювати викладені нижче сорок базових ідей і навіть виструнчити їх у певній логічній послідовності. Так, ідеї появи інформації з хаосу та природи інформації була викладена американським автором Дж. Глейком у книжках «Хаос» (Gleick, 1987) та «Інформація» (Gleick, 2012). Глибоко дослідили ці поняття співавтори з Бельгії І. Пригожин та І. Стенгерс (Prigogine & Stengers, 1984). Поява масової інформації із загального інформаційного потоку була у певних аспектах описана українським професором В.Ф. Івановим у книзі «Аспекти масової комунікації» (Іванов, 2009). Природа інформації, до якої звертаються медійники, але ще у стані до початку її омасовлення, була викладена львівським вченим З.В. Партико у книзі «Теорія масової інформації та комунікації» (Партико, 2008). Подібним питанням було приділено увагу у монографії Т.В. Кузнецової «Аксіологічні моделі мас-медійної інформації» (Кузнецова, 2010). Деякі важливі ідеї були висловлені автором у його монографіях «Проблеми розуміння й інтерпретації у соціальній комунікації» (Владимиров, 2014), «Парадокси сучасної науки про масову комунікацію» (Владимиров, 2020) та «Напрями осучаснення теорії масової комунікації» (Владимиров, 2023) Зокрема це стосується набуття інформацією стану масовості через масове розуміння, а також місця теорії масової інформації як початкової серед інших теорій, які описують окремі фрагменти медіадіяльності та разом створюють цілісну наукову структуру, що охоплює всі процеси створення, поширення та засвоєння медіапослань.

## 3. Методи дослідження

Особливості досліджуваного матеріалу змусили автора вдатися до суто теоретичних методів. Основним методом послідовного створення сорока базових ідей став загальнонауковий системний метод, оскільки йдеться про закладення основ нової теорії як системи знань, а її основи самі мають бути системними. Застосований структурно-функціональний метод дав змогу побачити ідеї як окремі сутності, як роз'єднані фрагменти цілісної структури, як об'єкти структурно розведені, відокремлені одні від одних, – але цілісні у єдиній логічно довершеній системі, яка спрямована на виконання своїх основних функцій: дослідження, пояснення, використання. Було застосовано також метод аксіомізації, за яким три початкових ідеї було взято як такі, які не потребують доказів. Від цього далі було застосовано загальнологічні методи виведення висновків із попередніх ідей. З конкретно-наукових методів було використано описовий метод – для загального аналізу явищ інформації та масової інформації, процесів омасовлення інформації та досягнення нею стану масовості. Порівняльний метод дозволив авторові виявляти нові якості, які виникають у цих процесах.

## 4. Результати та обговорення

В результаті дослідження природи інформації, взятої у її інтенції до омасовлення, та процесів, які ведуть інформацію різними етапами до стану досягнення масовості, а також нових якостей, яких набуває інформація у стані масовості, автор вивів такі ідеї, які, на

нашу думку, можна взяти за основу при створенні нової для масмедійної науки теорії масової інформації.

1. Масова інформація – це особливий стан інформації, яка виникає з невідомого, визначеного як хаос.

2. Інформація протилежна хаосу як відоме протилежне невідомому, це поширюється і на масову інформацію, яка знімає щось невідоме масам.

3. Інформація, так само і масова, є нематеріальною субстанцією.

4. Навіть в нематеріалізованому стані «ін-форма-ція» о-форм-лена як думка протилежна хаосу як невідомому, як чомусь не-о-форм-леному.

5. Розвиваючи ідеї У. Ліппмана, визначимо інформацію як відображення фрагмента об'єктивної дійсності у свідомості людини, в її внутрішньому, ідеальному світові.

6. Інформація, так само і масова, матеріалізується у різних формах.

7. Природа інформації не змінюється з переходом її до стану масовості.

8. Попри масовий характер поширення тієї самої інформації, на всіх його етапах діє суто індивідуальний характер її сприйняття.

9. Інформація комунікується і таким чином омасовлюється через п'ять каналів людського сприйняття: зір, слух, дотик, запах, смак.

10. Інтуїція як «реакція з підсвідомості» є одним з чинників сприйняття та подальшого омасовлення інформації, тому можна вести дослідження масової інтуїції як інструмента управління омасовлення інформації та її наступної масової верифікації.

11. Інформація є однією з чотирьох субстанцій, на яких тримається життя: це обміни матерією, енергією, інформацією (це об'єкти обмінів), четвертою субстанцією є сам обмін (це енергія, суб'єкт, який рухає об'єктами).

12. Таким чином, інформація визнається нами однією з умов існування життя.

13. Оскільки і в природі, і в суспільстві йдеться про обмін інформацією всього з усім – це комунікація не лише масова і не просто масова, а всезагальна.

14. Інформація, у даному науковому контексті, є обмін між людьми значимими для них новинами.

15. Оскільки йдеться про постійну потребу людей в інформації, вона має інтенцію до омасовлення.

16. Масова інформація має бути нами визначена і розглянута як одна з умов існування суспільного життя.

17. Від акту появи інформації з хаосу вона проходить кілька етапів її омасовлення до того, як набуде стану масовості.

18. Інформація має певні якості, вони впливають на ступінь її омасовлення аж до набуття нею стану масовості.

19. Інформація може не реалізувати свою інтенцію до омасовлення, якщо вона не становить цінності для великих мас людей, не зачіпає їхніх інтересів.

20. Поширена в інтерперсональному форматі, інформація, що виходить від однієї людини, може впливати на поведінку іншої людини, груп та мас людей.

21. Поширена у масовому форматі, інформація може впливати на поведінку великих мас людей.

22. Інформація стає масовою, коли входить до індивідуальних свідомостей великої кількості людей.

23. Набуваючи масовості, інформація не втрачає індивідуальності свого існування у свідомості кожної людини з маси.

24. Необхідно бачити поєднання в масовій інформації двох її складників: константи невід'ємно індивідуального в природі інформації та плинного стану її тимчасової масовості.

25. У станах омасовлення та вже-масовості інформація демонструє нерозривну єдність інформації та породжених нею її інтерпретації та її емоційного забарвлення.

26. Масова інформація за своєю природою є поєднанням індивідуально засвоєної окремими людьми тієї самої інформації, об'єднаної навколо кількох центрів за подібністю її оцінки, тобто певної кількості групових інтерпретацій, на підставі подібності інтересів соціальних груп та подібностей емоційних реакцій.

27. Масова інформація є метафорою, такою ж, як і масова свідомість та масова аудиторія. Реально існують великі кількості індивідуальних інформацій у свідомостях великої кількості окремих людей, які поєднуються навколо спільних групових інтересів.

28. Масовість є набутим станом повного засвоєння інформації як цінності для індивідів, а через них і до їх великих мас.

29. Індивідуальна інформація може зникнути внаслідок втрати її цінності (забування) і може бути замінена, але може і не бути замінена іншою.

30. Масова інформація зникає внаслідок втрати її цінності в результаті заміни її іншою інформацією.

31. Масовість надається інформації з метою впливу на свідомості великої кількості людей.

32. Вплив на маси людей через поширення серед них інформації має на меті зміни в соціальній поведінці мас людей.

33. Стан масовості є керованим окремими соціальними інститутами, як то державна і місцева влада, лідери думок, лідери позавладних соціальних рухів, видатні вчені, діячі мистецтв тощо.

34. Теорія масової інформації створюється для наукового впорядкування емпіричних знань, отриманих у результаті діяльності масмедіа.

35. Теорія масової інформації має предметом стани і закономірності руху інформації, відбір її для омасовлення, процеси її омасовлення, набуття нею стану масовості, системні та структурні зміни інформації у її стані масовості, врешті руйнації і зникнення такого стану.

36. Теорія масової інформації є початковою і визначальною частиною системи теорій, які послідовно описують природу і процеси взаємодії з масовою аудиторією, масовою свідомістю і, в кінцевому рахунку, управління соціальною поведінкою людей.

37. У цю систему входять, після неї та разом з нею, теорія масової інтерпретації, теорія масових емоцій, теорія масової комунікації, теорія масової верифікації, а далі, вже як філософія масмедіа, – теорія взаємодії з масовою аудиторією та теорія взаємодії з масовою свідомістю.

38. Необхідність створення теорії масової інформації вже заявлена у науковій літературі, але в цілому вона ще не розроблена в багатьох своїх частинах та як система й структура.

39. Теорія масової інформації має зв'язки і залежності з іншими гуманітарними теоріями, а також і з науковими дисциплінами поза їхніми межами, як от філософія, соціологія, соціальна психологія тощо.

40. І масова інформація, і теорія масової інформації нині існують в умовах революційних змін, що настали з дедалі ширшим використанням у сфері масмедіа штучного інтелекту та розвитком квантових комп'ютерів і квантового інтернету.

## 5. Висновки

У статті викладено сорок базових ідей, на яких, на думку автора, може бути створена теорія масової інформації – нова теоретична структура у науках про масмедіа. Вони складають дві великі групи – ідеї стосовно власне створення масової комунікації – та ідеї сто-

совно теорії масової комунікації, яку необхідно створити. Показано, що першим актом творення масової інформації є поява інформації від невідомого, від хаосу та її значення для маси людей. Далі визначається наявність або відсутність у неї інтенції до омасовлення. Описано етапи омасовлення та переходу її до стану масової, її природа як інформації вже масової. Вказано як принциповий теоретичний момент, що на етапах омасовлення та у стані масовості інформація зберігає свою суто індивідуальну сутність у свідомостях окремих людей з маси. Описано базові ідеї щодо створення теорії масової інформації як першопочаткової для інших масмедійних теорій, зроблено спробу збудувати її основні положення як системи та структури.

## References

- Gleick, James. (1987) *The Information*. Retrieved from : <https://around.com/books/the-information/>
- Gleick, James. (2017) *Chaos: Making a New Science*. Retrieved from : <https://www.goodreads.com/book/show/64582.Chaos>
- Ivanov, V.F. (2009). *Aspects of mass communication. Part I. Information and communication*. Kyiv: TsVP. 190 p.
- Kuznetsova, T.V. (2010) *Axiological models of mass media information: monograph*. Sumy: University book– 304 p.
- Partyko, Z. V.(2008). *Theory of mass information and communication*. Lviv: Afisha. 292 p.
- Prigogine I., & Stengers I. (1984). *Order Out of Chaos: Man's New Dialogue with Nature*. Retrieved from : [https://www.goodreads.com/book/show/783285.Order\\_Out\\_of\\_Chaos](https://www.goodreads.com/book/show/783285.Order_Out_of_Chaos)
- Rizun, V., & Tsymbalenko, Ye. (2013). *Mediacommunications: to the definition of concepts. Ukrainian Journal of Journalism Studies*, 14, 50–56 (in Ukrainian).
- Vladymyrov, V. M. (2014) *Problems of understanding and interpretation in social communication*. Kyiv: University Publishing and Printing Center. 623 p.
- Vladymyrov, V.M. (2020). *Paradoxes of the modern theory of mass information*. Kyiv: Scientific Capital Publishing House. 180 p.
- Vladymyrov, V.M. (2023). *Directions of modernization of mass communication theory*. Kyiv: Science Capital, 205 p.

Submitted 09.02.2024

## Список літератури

- Gleick, James. (1987) *The Information*. Retrieved from : <https://around.com/books/the-information/>
- Gleick, James. (2017) *Chaos: Making a New Science*. Retrieved from : <https://www.goodreads.com/book/show/64582.Chaos>
- Prigogine I., & Stengers I. (1984). *Order Out of Chaos: Man's New Dialogue with Nature*. Retrieved from : [https://www.goodreads.com/book/show/783285.Order\\_Out\\_of\\_Chaos](https://www.goodreads.com/book/show/783285.Order_Out_of_Chaos)
- Владимиров, В.М. (2014). *Проблеми розуміння й інтерпретації в соціальній комунікації*. Київ : ВПЦ «Київський університет». 623 с.
- Владимиров, В.М. (2020). *Парадокси сучасної теорії масової інформації*. Київ : Наукова столиця. 180 с.
- Владимиров, В.М. (2023). *Напрями осучаснення теорії масової комунікації*. Київ : Наукова столиця. 205 с.
- Иванов, В.Ф. (2009). *Аспекты массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация* Київ : ЦВП. 190 с.
- Кузнецова, Т.В. (2010). *Аксиологічні моделі мас-медійної інформації*. Суми : Університетська книга., 304 с.

Партико, З. В. (2008). Теорія масової інформації та комунікації. Львів: Афіша. 292 с.  
Різун, В., & Цимбаленко, Є. (2013). Медіакомунікації: до визначення понять. *Українське журналістичкознавство*. Вип. 14, с. 50–56. Відтворено за :  
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uzhz\\_2013\\_14\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uzhz_2013_14_11)

Надійшла до редакції 09.02.2024