

IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2024.84.2>

UDC 007:659.3:316.28

**Feedback on Volodymyr Vladimirov's article
«40 basic ideas to creating mass information theory»**

Valeriy Ivanov

<https://orcid.org/0000-0002-6981-1683>

Doctor of Philology, Professor

Educational and Scientific Institute of Journalism,

Taras Shevchenko National University of Kyiv

36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine

Corresponding author's e-mail address:

ABSTRACT

This review is submitted as a contribution to the discussion on the pages of the journal of Volodymyr Vladimirov's article «40 basic ideas to creating mass information theory». Feedback has the status of a working version, a draft of a possible article, a preprint. Anyone can participate in the discussion by submitting their materials to the «Discussions and Discussions» section with a reference to the material being discussed.

KEYWORDS: mass information; theory; mass communication.

© Valeriy Ivanov, 2024

УДК 007:659.3:316.28

Відгук на матеріал Володимира Владимірова «40 базових ідей створюваної теорії масової інформації»

Іванов Валерій Феліксович, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчально-науковий інститут журналістики доктор філологічних наук, професор, <https://orcid.org/0000-0002-6981-1683>

Резюме

Цей відгук подано як участь в обговоренні на сторінках журналу матеріалу Володимира Владимірова «40 базових ідей створюваної теорії масової інформації». Відгук має статус робочого варіанта, чернетки можливої статті, препринту. Участь в обговоренні може брати будь-хто, подаючи у розділ "Дискусії та обговорення" свої матеріали з покликанням на матеріал, що обговорюється.

Ключові слова: масова інформація; теорія; масова комунікація.

Аналіз статті «40 базових ідей створюваної теорії масової інформації» показує глибоку фахову підготовку її автора. Тим не менше, сама постановка наукової проблеми викликає деякі сумніви.

Справа в тому, що традиційно при вивченні процесів масової комунікації інформація (масова інформація, контент) сприймалася як один із складників цього явища поряд з комунікатором, аудиторією, каналами та ефектами. Але ж нікому не впадає на думку виробляти теорії аудиторії, комунікаторів чи каналів комунікації, хоча теорії впливу (ефектив) існують і їх чимало.

Звичайно, у журналістиці поняття «інформація» має дуже важливе значення, тому що саме через збирання, обробку та розповсюдження інформації здійснюється професійна журналістська діяльність. Більше того, саме інформація служить змістом комунікації, який пов'язує в єдиний ланцюжок комунікатора та аудиторію. Але вивчення властивостей масової інформації не потребує створення окремих теорій. Ця проблематика достатньо розглядається теоріями масової комунікації. Теорії інформації, як справедливо вказує і автор статті, не розглядають проблематику масової комунікації. Вони належать до галузі точних наук.

В західному науковому світі немає спроб виробити окрему теорію масової інформації. Про це легко переконатися за допомогою пошуку в Google (до речі, і сам автор статті «40 базових ідей створюваної теорії масової інформації» пише, що «теоретичного підґрунтя у цій статті практично немає»). Всі результати Google-пошуку містять відсилки на теорії масової комунікації. І це закономірно, бо інформація (контент) розглядається як один з компонентів процесу масової комунікації.

Єдиний виняток у науковому світі – це численні спроби розробити подібну теорію вченими країни-агресора. Але і вони мають радше спекулятивний характер. Судячи з того, що ми маємо на підставі інтернет-пошуку, там вивчається предмет з такою назвою, тому

викладачі намагаються наповнити його відповідним змістом. У науковому плані такі спроби є сумнівними, оскільки просто дублюють те, що у західному освітньому та науковому просторі покриває медіазнавство. В їх підґрунті прослідковуються ідеологічна мотивація. Власне, за деякими даними, і сам термін «масова інформація» виник тільки після Другої світової війни знову таки з ідеологічних міркувань. Тут, до речі, виникає цікава аналогія з появою та розвитком терміна «засоби масової інформації та пропаганди» (ЗМІП). Тривалий час у радянській науці та ідеологічній практиці цей термін служив заміником дефініціям «медіа» та «мас медіа», які використовували вчені та практики західного цивілізаційного простору. Термін ЗМІП ввійшов в обіг порівняно пізно, тільки у 70-х роках минулого століття, та мав явне ідеологічне навантаження. Зараз він закономірно поступово зникає з наукового простору.

Цікавим є запропонований перелік 40 базових ідей. Коротко розглянемо деякі з них.

«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. 4. Навіть в нематеріалізованому стані «ін-форма-ція» о-форм-лена як думка протилежна хаосу як невідомому, як чомусь не-о-форм-леному (постановка дефісів автора статті «40 базових ідей створюваної теорії масової інформації»)». Настійливі намагання показати хаос (можливо, під цим мається на увазі інформаційна ентропія) як джерело масової інформації викликає деяке здивування. На нашу думку, 1) масова інформація є відбитком реальності, вона не виникає з чогось невідомого (до речі, автор підтверджує цю тезу в п'ятій ідеї); 2) навряд чи можна стверджувати, що масова інформація повідомляє тільки те, що невідомо аудиторії. По-перше, аналітичні жанри пропонують аналіз та інтерпретацію вже в основному відомих фактів, по-друге, така властивість масової інформації, як повторюваність, приводить до того, що відомості про один і той самий факт, подію, явище попадають до аудиторії достатньо велику кількість разів. Це, до речі, сприяє запам'ятовуванню та збільшує вплив медіа.

Викликає деякий сумнів ідея 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»*. Навряд чи з цим твердженням погодилися б і дослідник психології мас Гюстав Ле Бон, і його провідний критик Серж Московічі.

Хоча з більшістю ідей (напр., ідеї 12 та 16 *«...інформація визнається нами однією з умов існування життя»*, *«Масова інформація має бути нами визначена і розглянута як одна з умов існування суспільного життя»*) ми повністю погоджуємося.

Наприкінці хотілося б наголосити на об'єктивній складності дослідження інформації. Справа в тому, що цей термін трактується по-різному у різних науках. Це інколи призводить до ускладнень та неоднозначності при самому формулюванні цієї дефініції. Звісно, враховуючи величезне значення інформації для розвитку та й самого існування людства позиція автора статті *«40 базових ідей створюваної теорії масової інформації»* викликає повну підтримку, але тільки в намаганнях ретельного дослідження масової інформації. Створення ж окремих теорій для цього навряд чи доречно.

Надійшла до редакції 17.02.2024