

Університет економіки та права «КРОК»

Терещук В. І.

Масові комунікації

*Навчальний посібник
для студентів вищих навчальних закладів*

Київ
2017

УДК 659.3:070
ББК 76.0я73
Т 35

Рецензенти:

доктор політичних наук, професор **Є. Б. Тихомирова**
(Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, кафедра міжнародної інформації)

доктор політичних наук, професор **Б. М. Юськів**
(Рівненський державний гуманітарний університет,
кафедра економічної кібернетики)

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Університету економіки та права «КРОК»
(протокол № 6 від 26 травня 2016 р.)*

Терещук В. І.

Т 35 Масові комунікації : Навчальний посібник / В. І. Терещук. — К.:
Університет економіки та права «КРОК», 2017. — 200 с.

ISBN 978-966-170-011-5

Розкриваються сучасні підходи до змісту та особливостей масових комунікацій як сфери діяльності. Дається огляд структурних елементів масовокомунікаційних процесів. Особлива увага приділена проблемі аналізу масових комунікацій.

Для студентів, що опановують фах інформаційної аналітики. Також може становити інтерес для студентів, аспірантів та фахівців, що працюють у сфері соціальних комунікацій, та інших галузей, в яких приділяється увага вивченню масовокомунікаційних процесів.

ISBN 978-966-170-011-5

© Терещук В. І., 2017
© Університет економіки та права «КРОК», 2017

***Світлої пам'яті
Терещук Єви Федорівни***

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Тема 1 Основи соціальних комунікацій.....	10
1.1. Поняття та функції соціальної комунікації.....	10
1.2. Типи соціальної комунікації.....	14
1.3. Поняття та види соціальної інформації.....	17
1.4. Базові властивості соціальної інформації	20
1.5. Якість соціальної інформації.....	22
1.6. Адекватність соціальної інформації.....	24
Підсумки	25
Завдання для самостійної роботи студентів	25
Література	26
Тема 2 Сутність та структура комунікативного процесу	28
2.1. Сутність та етапи комунікативного процесу	28
2.2. Структурні елементи комунікативного процесу.....	30
2.3. Комунікативні бар'єри.....	32
2.4. Моделювання комунікаційного процесу	33
Підсумки	36
Завдання для самостійної роботи студентів	37
Література.....	37
Тема 3 Основи масової комунікації	39
3.1. Сутність масової комунікації	39
3.2. Особливості масової комунікації	43
3.3. Функції масової комунікації.....	44
3.4. Властивості масової комунікації.....	47
3.5. Масовоінформаційна діяльність.....	49
3.6. Контроль над мас-медіями	50
Підсумки	53
Завдання для самостійної роботи студентів	54
Література.....	54
Тема 4 Структура масової комунікації	56
4.1. Комунікатори у масовій комунікації.....	56
4.2. Масова інформація	57
4.3. Засоби масової комунікації	61
4.4. Типи мас-медій	63

4.5. Конвергенція мас-медій.....	70
4.6. Масові аудиторії	71
4.7. Зворотний зв'язок у масових комунікаціях	75
4.8. Модель Вестлі-Макліна	77
Підсумки.....	81
Завдання для самостійної роботи студентів	82
Література	83
Тема 5 Ефекти масової комунікації	84
5.1. Поняття та типи ефектів масової комунікації.....	84
5.2. Типологія медійних впливів (модель Деніса Мак-Квейла)	87
5.3. Еволюція досліджень ефективності масової комунікації... ..	90
5.4. Моделі медійних ефектів Елізабет Перс	93
5.5. «Лідери думок» у масових комунікаціях	97
5.6. Встановлення порядку денного.....	99
5.7. Інші теорії ефектів масової комунікації.....	104
5.8. Сутність та критерії ефективності масової комунікації	105
Підсумки.....	106
Завдання для самостійної роботи студентів	107
Література.....	107
Тема 6 Еволюція масових комунікацій	109
6.1. Поява мови та писемності	109
6.2. Історія книги	113
6.3. Історія преси	117
6.4. Історія радіомовлення.....	119
6.5. Історія кінематографу.....	122
6.6. Історія телебачення.....	123
6.7. Історія Інтернету	125
Підсумки.....	130
Завдання для самостійної роботи студентів	130
Література.....	130
Тема 7 Дослідження масових комунікацій.....	132
7.1. Цілі та напрями досліджень масової комунікації	132
7.2. Дослідження засобів масової комунікації.....	133
7.3. Дослідження комунікаторів у масовій комунікації	140
7.4. Дослідження змісту масових комунікацій	145
7.5. Дослідження аудиторій ЗМК.....	147
7.6. Дослідження ефектів масових комунікацій	149

Підсумки	153
Завдання для самостійної роботи студентів	153
Література	154
Тема 8 Контент-аналіз	156
8.1. Сутність контент-аналізу.....	156
8.2. Історія контент-аналізу	157
8.3. Призначення контент-аналізу.....	159
8.4. Загальна методика проведення контент-аналізу	160
8.5. Фоносемантичний аналіз.....	166
Підсумки	168
Завдання для самостійної роботи студентів	169
Література	169
Індивідуальна науково-дослідна робота студентів	171
Загальна характеристика індивідуальної науково-дослідної роботи студентів	171
Тематика індивідуальних науково-дослідних завдань	173
Питання та завдання для проведення підсумкового контролю знань	175
Орієнтовні питання для проведення підсумкового контролю знань.....	175
Тестові завдання	179
Список рекомендованої літератури.....	188
Інтернет-ресурси.....	194
Іменний покажчик.....	197
Предметний покажчик.....	199

Вступ

Масові комунікації є невід’ємною частиною життя суспільства, що супроводжує його існування вже багато століть. Власне, становлення суспільства як соціальної спільності було б неможливим без наявності каналів та механізмів поширення інформації, що забезпечує її єдність та встановлює «порядок денний». Завдяки масовим комунікаціям значною мірою відбувається соціалізація особистості, формується локальна та глобальна картина світу, передається культурний спадок. Масові комунікації є інструментом, завдяки якому поширюються знання та соціальний досвід. Поява транскордонних мас-медій утворила технологічне підґрунтя для глобалізації світу, для утворення того явища яке Маршалл Маклюен назвав «глобальним селом».

Водночас необхідно констатувати, що потужні можливості мас-медій із формування громадської думки можуть мати (і мають) негативні сторони. Пропаганда, культурний імперіалізм, маніпулювання громадською думкою, симпліфікація поширюваних культурних зразків, концентрація ЗМІ в руках олігархічного капіталу, нерівномірне представлення країн у світовому медійному просторі — це далеко неповний перелік проблем сучасних масових комунікацій. І все це потребує проведення серйозних досліджень масово-комунікаційних процесів, що вимагає глибокого розуміння принципів та механізмів їх протікання, ґрунтового аналізу внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на процеси поширення масової інформації.

У доробку вітчизняних фахівців є чимало навчальних посібників та підручників, пов’язаних із масовими комунікаціями, але значна їх частина зорієнтована на підготовку працівників медійної сфери, насамперед журналістів. Але масові комунікації, будучи вкрай важливою підсистемою життя як суспільства, так і міжнародного співтовариства, зачіпає чимало сфер діяльності. Відповідно,

орієнтування у масовокомунікаційних процесах, уміння досліджувати окремі складові цього процесу, аналізувати наслідки поширення масової інформації є тими компетенціями, що є актуальними для фахівців у багатьох галузях. Виходячи з цього, завданнями даного посібника є, по-перше, подати максимально широкий контекст масової комунікації як різновиду соціальної комунікації; по-друге, створити чіткі уявлення про масові комунікації як сферу діяльності, що відбувається у певних соціальних та політичних умовах; та, по-третє, ознайомити із широким спектром поглядів та підходів до досліджень масовокомунікаційних процесів, які дають уявлення про можливі напрями та рівні аналізу, і формують певні дослідницькі рамки.

Ці задачі визначили структуру даного посібника. У *першому розділі* подається огляд сутності, функцій та типів соціальної комунікації загалом, характеризується поняття соціальної інформації, розглядаються її види та властивості. Окрему увагу приділено питанням якості та адекватності соціальної інформації. *Другий розділ* присвячений характеристиці структури та етапів комунікаційного процесу. Розглядаються такі елементи комунікації, як суб'єкти, предмет, канали, ефекти та зворотний зв'язок, приділена увага проблемі моделювання процесу комунікації. *Третій розділ* знайомить із сутністю власне масової комунікації, її особливостями, функціями та властивостями, характеризує основні види масово-інформаційної діяльності, торкається проблеми контролю над мас-медіями. У *четвертому розділі* аналізуються основні структурні елементи масових комунікацій, такі, як комунікатори, масова інформація, ЗМК, аудиторії та зворотний зв'язок, подається концептуальна модель Вестлі-Макліна як універсальний інструмент аналізу масовокомунікаційних процесів, а також пропонується авторська модифікація цієї моделі, що враховує трансформації у процесах масової комунікації, які відбулися завдяки поширенню мережі Інтернет як нового ЗМК. У *п'ятому розділі* детально аналізуються сутність та типи ефектів масової комунікації, різні моделі та теорії медійних ефектів. *Шостий розділ* подає огляд основних віх у розвитку масових комунікацій та окремих типів мас-медій. У

сьомому розділі увага сконцентрована на проблемі досліджень масових комунікацій. Зокрема, розглядаються цілі та напрями досліджень, характеризуються особливості досліджень засобів масової комунікації, комунікаторів у масових комунікаціях, змісту масових комунікацій, аудиторій ЗМК, ефектів масових комунікацій. *Восьмий розділ* присвячений такій базовій методиці досліджень змісту масових комунікацій як контент-аналіз.

Посібник «Масові комунікації» адресований насамперед студентам, що опановують фах інформаційної аналітики. Водночас він може бути також використаний при підготовці фахівців у галузі соціальних комунікацій (зокрема, у сфері зв'язків з громадськістю), та інших галузей, в яких приділяється увага вивченню масовокомунікаційних процесів.