

© Косюк Оксана Михайлівна, 2010
УДК 007

Косюк Оксана Михайлівна,

кандидат філологічних наук, докторант Волинського національного університету імені Лесі Українки

ПРОБЛЕМА ЗМІСТУ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

У статті розглядаються проблеми змістового наповнення і викладання навчальної дисципліни “Теорія масової комунікації”. Теоретичний курс викладається у першому семестрі першого року навчання і зорієнтований на підготування студентів до сприймання вузівських дисциплін гуманітарного циклу.

Ключові слова: теорія, комунікація, дискурс, структура, комунікант, аудиторія.

В статье рассматриваются проблемы содержания и преподавания учебной дисциплины “Теория массовой коммуникации”. Теоретический курс преподаётся в первом семестре первого года обучения и ориентирован на подготовку студентов к восприятию вузовских дисциплин гуманитарного цикла.

Ключевые слова: теория, коммуникация, дискурс, структура, коммуникант, аудитория.

The problems of content filling and teaching of educational subject “The theory of mass communication” are considered in the article. The theoretic course is taught in the first semester of the first-year study and is orientated for preparation of students to apprehend university humanitarian subjects.

Key words: theory, communication, discourse, structure, communicant, audience.

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.

Пропонований курс “Теорія масової комунікації” має пропедевтичний характер. Він читається на першому курсі і зорієнтований на підготування студентів, які навчаються за спеціальностями “Журналістика”, “Видавнича справа та редагування” тощо до сприймання вузівських дисциплін, передусім – гуманітарного циклу (оптимально, на наш погляд, таких дисциплін мало би бути дві: “Основи комунікації” (на початку навчання) та “Теорія комунікації” (на завершальному етапі)). Однак ті, хто складає навчальні плани, на жаль, цього не враховують.

Мета курсу – ознайомити майбутніх працівників комунікативної сфери із найважливішими науковими здобутками та основною проблематикою теорії масової комунікації: системно подати найважливіші її концепції та аспекти, з’ясувати будову процесів збору, передачі й обробітку інформації та умови ефективного їх функціонування у вимірах різних комунікативних дискурсів і текстів, “озброїти” студентів методами та прийомами ефективного наукового аналізу.

За навчальним планом, окрім лекційного курсу, програма передбачає практичні заняття з основних тем, самостійне та індивідуальне опрацювання окремих блоків інформації.

Перший змістовий модуль “Теорія комунікації” – це виклад базової інформації про курс, його об’єкт, завдання, місце у системі наукових та навчальних дисциплін. У модулі передусім йдеться

про науки, які вивчають комунікацію, навчальні посібники, що висвітлюють проблеми цієї теоретичної дисципліни; згодом (у темі “Природа й структура комунікативного процесу”) дається уявлення про походження й формування комунікації, її модифікації, пропонується також характеристика учасників комунікативного процесу (комунікатор, реципієнт, посередник і т. д.), елементарні складники комунікативного ланцюга: автор-джерело, повідомлення, канал, аудиторія-адресата, зворотний зв’язок, фільтри, контекст, код, знаки, стереотипи (фрейм, пакування); рольові маски комунікатора: аніматор, автор, принципал, контактер, символізатор тощо; зрештою – комунікативні канали (вокальний, візуальний, тактильний, нюховий, смаковий) та явища посткомунікації.

Ознайомившись із “технічним” аспектом проблеми, – підносимо її на новий, філософський, рівень. У тематичному викладі “Осмислення проблем комунікації у традиційній та новітній філософії” як твірні моделі ідеального обміну інформацією

2. 203

єю розглядаємо діалог та розсіювання. Діалог подаємо й тлумачимо в інтерпретації Сократа та його послідовників (маємо на увазі ангелологію Августина Блаженного та Томи Аквінського, спіритизм-телеграф Масмера-Ньютона, пропагандистський діалог Гегеля та Маркса. Як альтернатива діалогу розглядається розсіювання: проповіді та біблійні притчі, вчення про множинність значень Джона Локка тощо. Зрештою (під впливом філософії постмодернізму та теорії Сьорена К’єркегора) приходимо до думки, що розсіювання – це і є найкращий діалог (полілог). У контексті окреслених дискурсів особлива увага звертається на герменевтику як “комунікацію з мертвими” та семіотику (семіосферу) – царину знаків. Модульний тематичний блок закриває інформація про власне комунікаційні (можна навіть сказати – журналістські) моделювання комунікації: “Чотири теорії преси” Ф. Сіберта, Т. Петерсона, У. Шрамма, концепцію масових комунікацій Г. М. МакЛюена, теорію екології масової комунікації, що вибудовується на поглядах В. Вернадського та Ю. Лотмана. Далі об’єктом нашого дослідження стає структура комунікативного процесу. Спершу розглядаються такі загальні моделі комунікації, як трансмісії: модель весільної пропаганди (С. Чакотіна), модель переконання (Г. Лассвелла), модель контактування (Р. Якобсона), модель трансмісії сигналу (К. Шеннона та У. Вівера), модель комунікації як припливу інформації (К. Левіна), модель двоступеневого припливу інформації (Е. Каца-П. Лазарсфельда), соціологічна модель Рілеїв, модель спільного досвіду (В. Шрамма), моделі мозаїчної культури та розширеного досвіду (А. Молеса) тощо; згодом – експресивні (ритуальні) моделі (акцентуються погляди Джеймса Карея), моделі розголосу (у яких комунікація постає як демонстрація й привернення уваги) та моделі рецепції (кодування й декодування висловлювань) в інтерпретаціях Ю. Лотмана, Дж. Гербнера. Закриває блок інформації про різновиди комунікації синтетична (універсальна) модель Т. Гобана-Класа. Даємо також уявлення про комунікацію вчених та діячів культури, які свого часу суттєво змінили погляди на цей процес. Передусім – це моделі М. Бахтіна, В. Проппа, З. Фройда, Й. Гейзінги, К. Леві-Строса та ін. Від комунікативних моделей переходимо до методів комунікативного аналізу. Пропонуємо загальнотеоретичне розуміння методу, розглядаємо семіотичний, контент, структурний, пропагандистський, мотиваційний, культивацийний, теологічний, сюжетний, стереотипний, автобіографічний і т. ін. аналізи.

Насамкінець, в епіцентр нашого розгляду потрапляють комунікативні технології – процеси “виготовлення” дискурсів і тек

Наукові записки. Серія “Культура і соціальні комунікації”
стів. Особливу увагу звертаємо на перформанс (як технологічний процес лудологічно-ритуальної природи, комунікативну стратегію та інтеркурс, що буквально “поглинає” усі наявні дискурси і тексти, акцентуючи їх майданно-ігрові аспекти), та психотерапію – комунікативну стратегію “виробництва” успіху, майстерності й задоволення.

Об’єктивно і логічно (а не на нашу особисту думку) цей блок інформації має бути обов’язково присутній у кожній науковій праці, що має назву “Теорія комунікації” (незалежно якої: масової, групової, авто-, міжкультурної тощо). Теорія – це не нами – “теоретиками” комунікації – видумана наука, а давно структурована на інших рівнях система. Однак у теорії літератури чи культури усі вчені (щоправда – крізь різні призми) розглядають “класичний” набір: об’єкт, будова, засоби творення, характеристика процесу тощо; у “новостворених” теоріях комунікації під цією назвою можна побачити все підряд: і “перелицьовану” теорію журналістики і характеристику проблем новітнього інформаційного простору, і аналіз моделей комунікації (за особами творців), і навіть поради з організації ефективного спілкування у різних середовищах. Звісно, усе це, здебільшого, є складником теорії комунікації, однак теорія – це система, окремі елементи якої є факторами, аспектами тощо, а не власне базовою основою. Відповідно і наукова праця, яка висвітлює щось окреме, має називатися “Аспекти теорії комунікації”, “Проблеми теорії комунікації”, “Окремі питання теорії комунікації” тощо. Зрештою, якщо вже існує така нагальна необхідність, – усе пропоноване сучасними дослідниками можна розглядати в інших розділах “Теорії комунікації” (після першого – універсального), знову ж таки, – дотримуючись принципу парадигми, а не абсолютного хаосу.

Другий модульний блок “Комунікативні дискурси” власне і є нашим особистим підходом у царині теоретичних досліджень масової комунікації. У цьому розділі ми “апробуємо” теорію на практиці, “накладаючи” її на кожен окремо взятий дискурс з думкою про те, що всі ці дискурси пізніше стануть об’єктом глибинного дослідження у сферах матричних наук та навчальних дисциплін, тоді студенти дивитимуться на них по-іншому (крізь призмитеорій літератури, культури, журналістики тощо). Ми ж досліджуємо названі дискурси виключно і саме як явище не просто комунікації, а власне масової комунікації. Кожен окремий дискурс може стати об’єктом детальнішого вивчення, якщо читатиметься не загальний,

а котрийсь із спеціалізованих масовокомунікаційних курсів, наприклад, теорія комунікації художньої літератури, аудіоВипуск

2. 205

візуальних ЗМК, міжкультурної комунікації тощо. Аби спростити аналіз дискурсів – відразу пропонуємо студентам універсальну схему їх аналізу: а) за якою моделлю вибудовується дискурс; б) які технології задіяні; в) які комунікативні канали домінують; г) яку маску “одягає” комунікатор; ґ) чи спрацьовує механізм довіри на рівні подання та сприймання інформації; д) за допомогою яких знакових системи створено дискурс; е) який метод буде найпродуктивнішим для його аналізу; є) чи передбачає дискурс явища посткомунікації; ж) які інтеркурсивні явища у ньому присутні; з) як виглядає дискурс на фоні усіх інших (його специфічні особливості); и) графічне зображення комунікативного ланцюга.

Відкриває блок тем проблема розрізнення понять “дискурс” і “текст” та аналізу складників комунікативного дискурсу. Пропонуємо взірці функціональних комунікативних дискурсів, спершу за

галузево-хронологічним критерієм (ритуальний, театральний, газетний, літературний дискурси, дискурс електронних ЗМІ та розмовний), згодом – за критерієм патогенності і свободи: здорові та “хвороботворчі” (порнопродукція, медіанасилля, піаркомунікація тощо). Окремо розглядаємо інтеркурс (дискурс, що став комунікативною стратегією й технологією виробництва дискурсів і текстів).

Першим аналізується витоковий – 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. Ритуальний підхід до комунікації містить підтемні аспекти: “Техногенна культура і міф”, “Ритуальна” синкретика мас-медіа”, “Вертепний” принцип структурування інформаційного простору”, “Ритуальні (сміхові, травестійні, еротичні, музичні, комунікативні, про світ моди, спортивні, інтелектуальні, реальні тощо) проекти у просторі електронних ЗМІ”, “Модифікація українських традиційних дійств у шоу”, “Ритуальна семіотика масової комунікації”. Далі в поле нашого зору потрапляє “Театральний дискурс”.

Ми пропонуємо погляд на театр як на публіцистичне й публічне явище (протожурналізм), аналізуючи його складники у дискурсивному та інтеркурсивному планах. Ідеться тут також про ігровий первень цивілізації та культури, театральність трансльованої мас-медіа політики, “шекспірівські” стратегії піар-технологій, перформанс.

Наступна тема – “Газетний дискурс”. У ній подаємо інформацію про виникнення та розвиток друкованої комунікації, пропонуємо погляд на газетно-журнальний дискурс як на явище, не обмежене простором і часом – від епохи Гутенберга до наших 206 Наукові записки. Серія “Культура і соціальні комунікації” днів. Тема передбачає розрізнення понять “публіцистичність” і “публіцистика” та розгляд найдавніших літописів (праць Геродота, Фукидіда, 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” (в позитивному аспекті – формування громадської думки, у негативному – те, що заангажує мистецтво).

Телекомунікацію та її специфічні можливості (синтагматику, кадри, відеоряд, аудіоряд тощо) і спілкування у просторі радіо (infotainment – “інформація” плюс “розвага”), а також семіотику кінодискурсу й комунікативні можливості всесвітньої мережі розглядаємо у тематичному блоці “Дискурс електронних ЗМІ”. Тут акцент “масова комунікація” розставляти не потрібно, він і так наскрізно присутній і зрозумілий.

На особливу увагу заслуговує тема “Літературний дискурс”, оскільки це єдиний інформаційний блок, що є продовженням вивчення знайомого зі шкільного курсу. Тут передусім до вже засвоєних термінів “текст” і “дискурс” додається поняття “твір”. Белетристика розглядається як складний багатоступеневий трансформатор інформативно-комунікативних кодів, акцентується бінарний (первинні та вторинні знакові системи) характер образів художньої літератури, що допускає різноінтерпретації. Порушуються також проблеми стосунків автора, читача і твору, тексту й контексту та фактичності (в аспекті порівняння белетристики і публіцистики). Зрештою приходимо до думки про: а) необхідність використання для кодування-декодування літературних творів виключно рецептивних моделей; б) потребу сприймання непередбачуваності та неоднозначного потрактування художнього твору як простору майже абсолютної свободи комунікації.

Звісно, не лишається поза нашою увагою і масова література – складник та продукт масової культури, особливо її мікро модель

– кітч. Орієнтуючись на монографію Т. Гундорової “Кітч і література” [1], ми даємо студентам уявлення про теорію цього явища, його естетичну природу, засвідчуємо всеприсутність кітч у творах різних епох, мистецьких стилів та жанрів, з’ясовуємо, що ця “тінь високої літератури”, вочевидь, теж виконує якісь комунікативні функції. І намагаємося з’ясувати – які.

Наступний крок у наших дослідженнях – розмовний дискурс. Загалом це явище не є загально визнаним чинником масової комунікації.

Однак вербальний дискурс стоїть біля витоків усіх інших, тому ми не можемо лишити його без уваги, особливо, зважаючи на те, що деякі інтеркурсивні явища розмовної комунікації

ці активно проникають в інші дискурси: цензурне і нецензурне (лайливий дискурс) – у сферу літератури, неправдивий дискурс (лестощі, ритуальна “похвала”, розмова з “хворим”, етикетний дискурс) – у царину внутрішньосупільної та міжнародної комунікації.

І ці амбівалентні явища, на наш погляд, варто оцінювати саме з погляду найдавніших естетико-комунікативних систем.

Такий погляд неминуче виводить нас на розмовний дискурс.

Тут можна було б поставити крапку. Однак, зважаючи на те, що увага дослідників масової комунікації в основному зосереджена на аспекті її негативних впливів, ми вирішили й на цю проблему подивитися крізь призму теорії комунікації. Розгляд, на нашу думку, слід розпочати із з’ясування вихідних понять медіаекології: “патогенний текст” та “текстовий вірус”.

Патогенний текст, за Б. Потятиником, – це інформація, яка згубно впливає на людину. Творцем (носієм) цієї інформації вчений вважає текстовий вірус, який (як і будь-який інший) змінює програму роботи клітини (у нашій ситуації – тексту: його семантику і, як наслідок, – сприймання) [2, 18]. Відштовхуючись від напрацювань Б. Потятиника, пропонуємо два погляди на текст. Перший погляд – текст контролює людину: розглядаємо труднощі ідентифікації тексту, некоректність його загальної критики, цензуру тощо. Об’єктом особливо прискіпливої уваги стають медіанасилля та порнографія (як обов’язкові “інгредієнти” техногенних естетико-комунікативних систем). Не залишаємо без уваги й ідеологічні

дискурси: зважаємо на єдине (ритуальне) коріння реклами та PR, механізм використання піар-технологій у сфері політики тощо. Оскільки піар-комунікація – складник маркетингу та творець іміджу, найефективнішими моделями її сприймання мали б бути трансмісійні моделі комунікації. Однак ми доводимо, що дівішою альтернативою цих моделей слід вважати рецептивну комунікацію (за моделлю Ю. Лотмана), яка передбачає не лише сприймання, а й інтерпретацію та відсіювання інформації.

Другий погляд на патокомунікацію (“людина контролює текст”) пропонує визначення способів нейтралізації патогенних текстів. Такими способами ми вважаємо організаційний та альтернативно-конкурентний методи і парадоксальне мислення.

Третій змістовий модуль – “Комунікація у контексті проблем новітньої цивілізації та культури” переносить акцент на циркулювання дискурсів у вимірах одного та багатьох суспільств, людської цивілізації загалом. Тема “Внутрішньосупільна комунікація” пропонує розгляд комунікації як чинника суспільного життя і включає блоки інформації про етапи розвитку комунікативних

208
Наукові записки. Серія “Культура і соціальні комунікації”
них теорій ХХ століття (“підшкірна” модель, модель мінімального ефекту, конструктивна модель тощо), інформаційні конфлікти між соціальними групами та різними засобами символізації, особливості посттоталітарного комунікативного простору.

Тема “Міжнародні комунікації” передбачає аналіз проблем, які стосуються менеджменту міжнародних конфліктів та дипломатичного спілкування, а це – комунікація між культурами, інформаційні конфлікти на рівні міфологій, інформаційні війни та психологічні операції тощо. Розглядаємо також імідж України у світовому інформаційному просторі та проблеми національної безпеки.

Закриває програмний цикл тема “Поєднання комунікацій у глобальну комунікативну систему”. У ній ідеться про семіотичну експансію (ноосферу як небезпеку), складні “стосунки” із всесвітньою мережею (в аспекті співвідношення мислення і пам’яті) та комунікативний процес як багатовекторну, багаторівневу, діалогічну, “мислячу” структуру (за аналогією до Семіосфери Юрія Лотмана).

Під час практичних занять, окрім питань лекційного курсу, пропонуємо оригінальні завдання. Наведемо деякі з них.

1. Пояснити терміни (відшукати у словниках або у конспекті):

“адресат” (з усіма можливими синонімами), “адресант” (аналогічно), “притча”, “діалог”, “полілог”, “парадокс”, “антиномія”, “алогізм”, “амбівалентність”, “трансформація”, “медіум”, “ментальне”, “матеріальне”, “фальсифікація”, “телепатія”, “телекінез”, “магнетизм”, “гравітація”, “флюїд”, “канал”, “авторитарний”, “ліберальний”, “екологія”, “сфера”, “ноосфера”, “семіосфера”.

2. Знати (можна відстежити за енциклопедіями чи конспектом), хто такі: Платон, Августин Блаженний, Тома Аквінський, Масмер, Ньютон, Гегель, Маркс, Джон Локк, К’єркегор. 3. Написати мініатюру (будь-якого жанру) на тему: “Діалог чи розсіювання?”.

4. Законспектувати публікацію: Різун В. Природа й структура комунікативного процесу // Наук. записки Ін-ту журналістики.

– К., 2000. – Т. 2. 5. Здійснити класифікацію відомих дискурсів за домінуючими моделями, обґрунтувавши ефективність використання у процесі дискурсивних практик саме цих моделей.

6. Віднайти цікаву інформацію про те, як не зовсім доречно використана модель зіпсувала враження від дискурсу/тексту.

7. Визначити, яка модель комунікації лежить в основі спілкування українських та зарубіжних викладачів і студентів; пояснити

– чому. 8. Записати з телебачення, газет, радіо фрагменти дискурсів, у яких комунікатор постає як аніматор, автор, принципал,

контактер або символізатор. 9. Навести уривки дискурсів, де переважають різні канали: вокальний, візуальний, тактильний, ню

Випуск 2. 209

ховий, смаковий. 10. У яких випадках посткомунікація важливіша

від власне комунікації? 11. Проаналізувати уривок статті Івана Дзюби “Тридцять років із Сталіним. П’ятдесят років без Сталіна”

(у кн. Потятиник Б. Медіа: Ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. – Львів, 2004.), використовуючи інструментарій семіотичного

аналізу, контент-аналізу, прагматичного, структурного, пропагандистського, мотиваційного тощо аналізів. 12. Законспектувати

вступ до монографії “Семіосфера” Юрія Лотмана (у

кн.: Лотман Ю. Семіосфера. – СПб., 2000). 13. Визначити, які типи аналізу підходять для аналізу теле-, радіо-, інтернет-новин

та новин на шпальтах газет. 14. Проілюструвати театральність політики, економіки на прикладі реклами. 15. Визначити комунікативний

формат провідних телеканалів. 16. По-різному “прочитати” один із творів М. Хвильового. Від чого залежить “різночитання”?

17. “Виготовити” фрагменти текстів на основі різних

технологій. 18. Відшукати інформацію, “запаковану” у фрейми-архетипи та фрейми-стереотипи, які піддаються усталеній інтерпретації,

у просторі сучасних електронних ЗМІ. 19. Написати есе

“Холодна війна”. 20. Потрактувати ключові терміни, що стосуються теми “Комунікаційні конфлікти”.

Для самостійного опрацювання пропонуємо завдання із категорії

“необов’язкових”, але цікавих, наприклад, розгляд систем комунікації у первісному суспільстві, стародавніх Греції та Римі тощо, або: “Жіночий роман як комунікація”, “Анекдот як комунікація”, “Кіно як комунікація”, “Астрологія як комунікація”, “Мовчання як комунікація” тощо. Ці роздуми пізніше можуть стати темами наукових робіт.

Відверто кажучи, курс дається студентам дуже важко. Для вчорашніх школярів – це дуже складний матеріал. Варто, вочевидь, на відповідному рівні замислитись над тим, чи не можна його дуже доступно і спрощено (в основних аспектах) прочитати на першому курсі як “Основи комунікації”, а вже на четвертому пропонувати власне як “Теорію комунікації”.

Література

1. Гундорова Т. Кітч і література / Тамара Гундорова Травестії. – К. : Факт, 2008. – 284 с.
2. Потятиник Б. Патогенний текст / Борис Потятиник, Мар’ян Лозинський. – Львів : Місіонер, 1996. – 296 с.
3. Почепцов Г. Г. Теория коммуникаций / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Валкер, 2001. – 656 с. __