

УДК 366.637

Косюк О.М.,

к.філол.н., доцент кафедри соціальних комунікацій факультету філології та журналістики  
СНУ ім. Лесі Українки, o\_kosuk@ukr.net

Україна, м. Луцьк

## НОВЕ ПОНЯТТЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРЕТИКО-ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

*Мета написання публікації – посиляючись на думки культурологів, психологів, філософів, теоретиків комунікації, дати уявлення про альтернативу класичних теорій мас та їх комунікації. Мета передбачає активізацію концепцій Г. Ле Бона, З. Фройда, К.Г. Юнга, В. Вундта, Е. Канетті, В. Райха, Х. Ортеги-і-Гассета, С. Сігеле, Г. Тарда, С. Масковічі, М.-Л. Руккета, Е. Тоффлера, А. Сахарова, В. Різуна, Д. Ольшанського, Г. Блумера, В. Москаленко, М. Кайку та виокремлення тих аспектів, які, на думку самих принципалів, лишалися дискусійними й потребували додаткового розгляду. Як правило, зазначені аспекти проєктують полярні до усталених уявлення про масову комунікацію, а саме: раціоналізують її, класифікують за видами високоорганізованих мас у культуротворчому вимірі, індивідуалізують процес масової комунікації, звільняють його від стереотипного негативізму тощо.*

*Базовим для наукового дослідження виявився порівняльний метод термінологічного аналізу. Зіставляючи аналоги визначень мас, ми намагалися відшукати оптимальне для сучасності. Для аналізу теорій у їх виникненні та розвитку, задіявся історичний підхід. Системний аналіз дав змогу розглянути масову комунікацію у всеохопності та ієрархічності як цілісну функціональну систему. Для створення нової концепції масової комунікації важливим стало моделювання. Суттєва часова віддаленість окремих явищ зумовила використання герменевтичного підходу. Повсякчас важливою була також семіотика. Саме вона допомогла абстрагуватися від стереотипів та проаналізувати масову комунікацію з погляду вторинних знакових систем.*

**Ключові слова:** комунікація, маса, теорія, індивідуальне, раціональне, натовп, народ, модель.

**Постановка проблеми.** Хаос, який маємо зараз у царині масової комунікації поглиблюється, з одного боку, всеохопністю, всепроникністю та колосальними темпами її розгортання в усіх сферах продукування культури, з іншого – значною її ускладненістю: раціоналізацією, інтелектуалізацією, інформаційною насиченістю. Сьогодні усі сфери людської діяльності переповнені інформацією, мозок, навіть пересічної, людини, непомірно інтелектуалізується. Потреба в інформації, вочевидь, стала запорукою виживання. Як підсумок – усталені уявлення про масову комунікацію уже не відповідають новим реаліям і потребують перегляду. Цим і підтверджується актуальність нашої публікації.

Серед останніх досліджень, які стали **джерельною базою** формування нової концепції, можемо назвати праці «Пізнання мас» М.-Л. Руккета, «Теорії масової комунікації» Д. Мак-Квейла й В. Різуна та перекладені класичні праці Г. Ле Бона, З. Фройда та ін., детальний аналіз яких містить наша публікація. Усі ці праці дають дуже цінний дискусійний матеріал, але, на жаль, не пропонують нової концепції, яка відповідала б нагальним потребам сучасності. Отже, **аби здійснити наукове дослідження й сформулювати нову концепцію, ми повинні ретельно дослідити дискурс і дати ключові визначення.**

**Мета** написання публікації – посиляючись на думки культурологів, психологів, філософів, теоретиків комунікації, дати уявлення про альтернативу класичних теорій мас та їх комунікації. Мета передбачає активізацію концепцій Г. Ле Бона, З. Фройда, К.Г. Юнга, В. Вундта, Е. Канетті, В. Райха, Х. Ортеги-і-Гассета, С. Сігеле, Г. Тарда, С. Масковічі, М.-Л. Руккета, Е. Тоффлера, А. Сахарова, В. Різуна, Д. Ольшанського, Г. Блумера,

В. Москаленко, М. Кайку та виокремлення тих аспектів, які, на думку самих принципалів, лишалися дискусійними й потребували додаткового розгляду. Як правило, зазначені аспекти проєктують полярні до усталених уявлення про масову комунікацію, а саме: раціоналізують її, класифікують за видами високоорганізованих мас у культуротворчому вимірі, індивідуалізують процес масової комунікації, звільняють його від стереотипного негативізму тощо.

**Виклад основного матеріалу.** В етимологічно-семантичну парадигму масовості на основі різноманітних відношень потрапляють лексеми: маса, раса, натовп, народ, етнос, аудиторія, стадо, юрба, національність, базис, нація, спільнота, публіка тощо. Наша мета – виокремити та стратифікувати ті поняття, які відповідають реаліям сучасного масовоінформаційного простору, визначити, чи існує певна відповідність між класичними та найновішими уявленнями про маси та їх комунікацію та запропонувати авторську концепцію названої комунікації.

Перші дослідники та інтерпретатори масової комунікації, приміром Г. Ле Бон, Е. Канетті тощо, розгортали свої напрацювання таким чином, що маси виявлялися крайнім, і, як правило, негативним, виявом великих спільнот. Зміст праці Ле Бона «Психологія народів і мас» навіть виглядає як комунікаційна піраміда: книга перша «Психологія народів» поділяється на чотири розділи: «Психологічні властивості рас», «Психологічні риси рас виявляються у різноманітних елементах їх цивілізацій», «Як змінюються психологічні риси рас», «Розклад характеру рас і їх падіння»; друга книга «Психологія мас» містить три розділи: «Душа натовпу», «Думки і вірування натовпу», «Класифікація та опис натовпу різних категорій».

Отже, вочевидь, найперше треба розмежувати родові поняття: раса, народ, нація і показати, чим вони відрізняються від маси, а тоді вже градувати внутривидові категорії на кшталт маси і натовпу.

Свого часу ми вже намагалися дослідити витoki інтерпретацій та визначень масової комунікації і робили це на прикладі найдавніших сакральних джерел. Тоді ми з'ясували, що у Біблії було «два слова на означення великої кількості людей – «охлос» і «демос». Тривалий час, на думку вчених, вони вживалися й сприймалися синонімічно-аналогічно. [...] Народ – ключова категорія Старого Заповіту. У історіях цього вікопомного твору не було навіть слова 'ūkhlēsin (натовп). Інколи у цьому розумінні використовувались інші лексеми: 'ēdah (їжа) kahal (кагал), котрі мали кардинально відмінні інтерпретації. Хоча це зовсім не означає, що натовп не існував як реалія, просто він так і не став однією із головних дійових осіб найдавнішої іудейської книги. Подібно ставились до натовпу і сучасники Старого Заповіту – мислителі Стародавньої Греції. Ще Йосиф Флавій зауважував, що вони творили філософію для окремих і не насмілювались нести істину загалу. Платон, зокрема, вважав, що правду про високі істини недалекому натовпові пропонувати вкрай небезпечно.

Натовп – еквівалент маси постає поряд з народом у весь зріст аж у Новому Заповіті. За синоптичними Євангеліями народ визначається як цілісність, натовп – як хаосна маса. Натовп потрапляє в єдиний простір та час абсолютно добровільно, народні ж зібрання обов'язково кимось плануються та організуються» [1].

Синонімом народу в усіх працях науковців є етнос. Жодних значеннєвих розрізнь у цих словах не спостерігаємо. Аби окреслити поняття народ, а також інші складники цієї ж парадигми: раса та нація, ми звертаємося до напрацювань тих експертів, які поряд з названими реаліями досліджували (а отже – і відмежовували) масу. Тому не будемо брати до уваги праць Л. Гумільова та інших великих вчених, чий науковий пошук не зосереджувалися на масах та їх комунікації.

Вільгельм Вундт досліджував психологію великих спільнот. Вчений ретельно вивчав продукти духовної діяльності етносів: міфи, традиції, мову, звичаї, релігійні вірування та моральні цінності і пробував об'єднати різноманітні фактори психології народів в теорію, центральним пунктом якої стали ідеї про «надіндивідуальну психіку», «народний та груповий дух», «душу народу» [2]. Як вислід – вчений прийшов до думки, що «колективістське» потужніше, ніж індивідуальне (ціле – більше, ніж сума його складників).

Категорії осмислення раси, народу і маси у Г. Ле Бона чимось подібні: скрізь присутнє уявлення про надособистісну персоніфіковану реалію, яка існує наче окремо від індивіда. «Цей агрегат спільних психологічних особливостей, – пише Ле Бон, – містить те що обґрунтовано називають національним характером, їх сукупність утворює середній тип, який дає можливість визначити народ. Звісно, тисяча французів, англійців і китайців, взятих випадково, відрізняються один від одного. Але, в силу спадкоємності певної раси, вони подібні. На основі набору ознак можна створити ідеальний тип француза, англійця, китайця, аналогічний ідеальному типові, який

уявляє собі натураліст, коли описує собаку чи коня. Стосовно різновидів собак/коней подібний опис містить лише ознаки спільні для всіх, але не ті, за якими розмежовуються породи» [3].

Расу ж вчений визначає наступним чином: «Ця постійна істота складається не лише з живих індивідів, але й з величезного ланцюга померлих попередників. Щоб зрозуміти істинне значення раси, треба продовжити її у минуле і в майбуття. Вона керується незримим підсвідомим. Тією невидимою сферою, яка тримає під своєю владою усі прояви розуму й характеру» [3]. Продовжуючи текст, Ле Бон чомусь починає говорити вже не тільки про расу, а й про народ. І в його тексті розрізнити межі того й іншого неможливо: «Долею народу значно більшою мірою керують покоління померлих, аніж живих. Основи раси закладалися саме ними. Століттями вони творили ідеї й почуття і всі спонуки нашої поведінки. Померлі передають нам не лише фізичну організацію, але й думки» [3].

Але згодом Г. Ле Бон таки розводить окреслені поняття: «Французи складаються із дуже різнорідних рас і мають, відповідно, геть не однакові ідеї й почуття. Тому вони стають жертвами розбрату. Чого не можна сказати про інші народи» [3].

Пізніше окремою схемою культуролог «обрамлює» націю, використовуючи англійський приклад: «У цих останніх англосакс, нормандець, древній бретонець зрештою злилися і утворили дуже однорідний тип. Тому спосіб діяльності у них теж однаковий. Після «зрощення» вони витворили й три найважливіших складники народної душі: спільні почуття, інтереси і віру. Якщо якась нація досягає цього – встановлюється інстинктивна згода усіх її членів» [3].

Подібно, але з деякими нюансами, визначає націю і Е. Канетті: «Можна фундаментально вивчити його (народу – О. К.) традиції і звичаї, спосіб правління, літературу, але все одно знехтувати таким специфічно національним, як віра» [4]. «Відповідно нації слід розглядати так, наче це релігії» [4].

Відштовхуючись від озвучених напрацювань, уже можна дати робочі визначення понять «раса», «народ», «нація». Раса – система людських спільнот, які характеризуються подібністю певних біологічних ознак, що сформувалися у визначених географічних регіонах як результат адаптації до навколишнього середовища. Народ/етнос – населення певної країни, яке має спільну мову, культуру, територію, історичне минуле, і віру (котру не варто ідентифікувати з релігією). Нація – це народ, представники якого так тісно об'єдналися, що утворили дуже однорідний тип, у якого спільний спосіб діяльності, почуття, інтереси і віра.

Таким чином ми осмислили те, що перебуває з масою у певних родових зв'язках і не належить до однієї парадигми. Тепер спробуємо розібратися з майже або й зовсім синонімічними поняттями.

У творі Г. Ле Бона як адекватні вживаються назви «маса» і «натовп». Однак натовп явно, хоч, мабуть, і спонтанно, має негативніше забарвлення і означає один з градаційно крайніх виявів маси. Вчений, до речі, відразу зазначає, що, оскільки модифікацій об'єкта його досліджень багато, то він вивчатиме лише одну – найпрозорішу.

Опис натовпу в інтерпретації Г. Ле Бона давно став хрестоматійним. У преамбулі до першого розділу «Загальна характеристика натовпу» книги «Психологія народів і мас» він окреслює коло проблем, що розглядатимуться, проектуючи водночас масу як явище: «Що складає натовп з психологічної точки зору? – Багаточисленного скопища індивідів не достатньо для утворення натовпу. – Спеціальний характер одухотвореного натовпу. – Фіксування ідей та почуттів у індивідів, які створюють натовп, і зникнення їх власної особистості. – У натовпі завжди переважає підсвідоме. – Зупинка діяльності півкуль головного мозку і домінування спинного. – Притуплення розумових здібностей та абсолютна зміна почуттів» [3]. Далі Г. Ле Бон акцентує, що саме «зникнення свідомої особистості та одновекторність почуттів і думок – ключові риси, які характеризують натовп» [3]. І ці риси не потребують обов'язкової та одночасної присутності багатьох індивідів в одному місці. «Тисячі відокремлених один від одного індивідів можуть одночасно потрапляти під вплив сильних емоцій чи якихось грандіозних подій – і перетворюватись в одухотворений натовп» [3].

Ось знакове в усіх аспектах визначення Г. Ле Бона: «Найбільш вражаючий факт одухотвореного натовпу наступний: які б не були індивіди, що складають його, якими б не були їхні стиль життя, заняття, характер чи розум, одного перетворення в натовп достатньо, аби в них витворився тип колективної душі, котрий примушує відчувати, думати і діяти абсолютно не так, як відчував би, думав і діяв кожен зокрема [...]. Одухотворений натовп – тимчасовий організм, утворений із різнорідних елементів, котрі об'єдналися на одну лиш мить, наче живі клітини, що сполучаються для творення нової, цілком відмінної від першоджерел, істоти [3]. (Окрім власне маси/натовпу, Ле Бон використовує лексему аудиторія. В його розумінні – це розвіяний натовп).

Лебонівське визначення маси ще чіткіше окреслилось та надійніше зафіксувалося у науковій сфері в творчості З. Фрейда. «У психічному житті людини завжди присутній «інший». Він, як правило, є взірцем, об'єктом, помічником чи опонентом, тому психологія особистості від початку є водночас психологією соціальною» [5, с.7], – наголошував Зигмунд Фрейд. «Найважливіші особливості індивіда, котрий перебуває в масі, на погляд дослідника, наступні: «Зникнення свідомої особистості, перевага несвідомого, одновекторна орієнтація думок та почуттів як вислід заражень та навіювань, тенденція до невідкладної реалізації навіяного. Індивід перестає бути самим собою і перетворюється у безвольний автомат» [5, с.16]. Головний фактор масової комунікації – несвобода в ній окремої людини, яка тут двояко несамодостатня, бо пов'язана з вождем та іншими масовими особами. Явище такого зв'язку Фрейд назвав ідентифікацією. Таким чином З. Фрейд засвідчує «картину безумовного регресу психічної діяльності індивіда до більш раннього рівня, який ми звикли констатувати у дикунів та дітей. Окреслений процес, – на його думку, – властивий особливо звичайним масам, в той час як у мас високоорганізованих, штучних, ця регресія може затримуватися» [5, с.72]. Отож батько психоаналізу теж проектує певні градації та модифікації мас. І з метою апробації поглядів розглядає первісну орду та військо.

Однак мілітарний акцент масовості заперечує вже учень З. Фрейда австрійський та американський психолог Вільгельм Райх. У книзі «Психологія мас і фашизм» він пропонує сприймати націонал-соціалізм не як політичну реальність, а як внутрішню ірраціональну характерологічну структуру усіх звичайних людей, первісні біологічні потреби котрих тривалий час притуплювалися авторитарними інституціями (найбільше – сім'єю та церквою) [6].

Так само дистанціює масу від політичного та мілітарного відомий іспанський теоретик комунікації Х. Ортега-і-Гассет. «Під масою, пише він, – не слід розуміти тільки робітників; це слово окреслює тут не якийсь суспільний клас, а радше рід людини, який нині можна знайти серед усіх суспільних прошарків» [7]. В інтерпретації Х. Ортега-і-Гассета маса – це не множина і не збірне поняття, а така, як усі, тобто – універсально сіра людина. «Аби відчувати масу як соціологічну реальність, – мислив учений, – не потрібні людські скопища. Маса це, чи – ні, можна визначити за однією людиною. Маса – всякий і кожен, хто ні в добрі, ні в злі не міряє себе особливою міркою, а є таким, “як усі”, і не почувається ображеним, навпаки, – задоволений власною універсальністю» [7]. У продукуванні людино-маси Х. Ортега-і-Гассет звинувачує найсучасніші технології, які дозволяють, з одного боку, думати і творити, не задіюючи розум та обдарування, з іншого – не усвідомлювати, що за технікою та прогресом стоять геніальні прозріння талановитих особистостей.

Як ми уже згадували, синонімом лексеми «маси» найчастіше постає слово «натовп». Про мікроби зла, які «дуже легко поширюються у натовпі писав С. Сігеле [8]. Однак натовп соціальний психолог зовсім не протиставляв масі, хоча теж не вважав однорідним і поділяв на дві категорії: майже божевільний та страшний у негативних проявах і – спокійний (котрий легко піддається вмовлянням та контролю). У визначенні натовпу як еквіваленту маси, він наближався до поглядів З. Фрейда.

Активно використовує назву натовп Габріель Тард – автор наукових праць «Суспільна думка та натовп», «Особистість і натовп». Щоправда, характеристика натовпу в нього теж дуже нагадує те, що писали про масу його сучасники Г. Ле Бон та З. Фрейд. Г. Тард акцентує на вирішальній ролі наслідування [9]. Але ілюструючи вплив цього феномену, чомусь виходить за межі окресленого класиками поняття маси чи натовпу і аналізує народи, головню – європейські, як видання «набрані однаковим шрифтом», що сформували усі соціальні феномени на кшталт суспільної думки, моди, релігії та ін. Від натовпу Тард відокремлює також публіку, зауважуючи, що в натовпі передбачено тісні фізичні контакти та обмеженість місця, а публіка може не бути просторово близькою, але створювати суспільну думку завдяки сучасним засобам масової комунікації. Різниця між натовпом і публікою підсилюється тим, що можна належати до різних видів публіка, але всього до одного натовпу; натовп більш свавільний і нетерпимий, аніж публіка; він підпорядковується вождю і несе на собі його відбиток, а публіка не кориться нікому, вона лиш надихається журналістами, письменниками, політиками і, що цікаво, – проектує власний відбиток на них; натовп ситуативний і менш однорідний, а публіка – навпаки, адже вона орієнтується на однаковий тип медіапродукції.

Відомий культуролог та дослідник масової комунікації Серж Масковічі не пропонує чіткого окреслення чи визначення маси. В його творчості одне і те ж може називатися масою, натовпом, народом. Присутні навіть доволі парадоксальні вислови на кшталт: «У масі своїй народ шукає засліплення та сенсацій» [10]. Спершу цю по-різному названу реалію він характеризує як «знеособлення мислительних процесів, параліч ініціативи, уярмлення індивідуальної душі колективною» [10]. На підтвердження мовленого цитує Симуна Вайль: «У тому, що стосується здатності мислити, індивід перевершує співтовариство, оскільки ця здатність з'являється лише в окремому розумі, представленому самому собі, у спільноті не мислять взагалі» [10].

Однак пізніше вчений наче сам себе заперечує: «Варто відкинути думку про те, що людські співтовариства позбавлені креативності: історія та етнологія давали це на матеріалі релігії, мови та економіки. Навряд чи існує відкриття більш фантастичне, ніж землеробство, прекрасніше, ніж поезія та музика. І все це зобов'язане своєю появою генієві народів» [10]. Так С. Масковічі підтверджує народне коріння мистецтв, техніки та науки. Він вважає, що окрема людина береться за справу лиш тоді, коли група чи соціальне оточення дає початковий поштовх.

Згодом дослідник акцентує на критеріях розрізнення індивідуального та масового: «Усе зводиться до одного – винахідливості. Вчений, державний діяч, президент чи секретар партії, словом – керівник, є квінтесенцією індивідуальності, її прототип – винахідник [10]. Буквально в усьому можна побачити різницю між категоріями людей, обдарованих рисами винахідництва, а значить – здатністю до керівництва, і такими, котрі можуть лише наслідувати і бути ведомими. Останніх можна ідентифікувати за тим, чиє ім'я вони носять, кого уособлюють і за ким слідують: християни за Христом, дарвіністи – за Дарвіним, комуністи – за Сталіним, психоаналітики – за Фройдом і т. д.» [10]. Отже, як бачимо, масове, в інтерпретації С. Масковічі, може бути доволі високого «гатунку».

Дуже оригінально до масової комунікації підходить Еліас Канетті. Він розрізняє не народ, націю і т. п., а масу та зграю. Це чимось суголосе фрейдівським роздумам про орду як соціалізоване стадо, які певним чином вивели масову комунікацію за межі соціальної і спроектували її на зоосферу.

Отже, масу Е. Канетті трактує майже так, як і класики. Щоправда її основним ідентифікаційним критерієм визначає не інстинкти та відсутність раціофакторів, а загострену сенсорність: втрату страху перед дотиком. «Страх недоторку, – зазначає він, – не облишає нас на публіці. Манера поведінки у натовпі, на вулиці, в ресторані, у транспорті продиктована саме таким страхом [4]. І лише в масі людина звільняється від страху дотиковості. Це єдина ситуація, коли страх переходить у свою протилежність [4]. Хто віддав себе на волю маси – не боїться її доторків, бо в ідеальному випадку там усі рівні. Розрізнення не враховуються. Навіть гендерні [4]. Усе відбувається, наче всередині одного тіла. Отже, суттєвим стає щось на кшталт густини?»

До речі: масою у лексикографічних джерелах, як правило, називають не людську спільноту, а кількість

речовини чи власне речовину. І йдеться в основному про фізичні особливості чогось, оскільки маса – одна з основних величин механіки, за допомогою якої вимірюють кількість або міру інерції тіла стосовно сили, яка на нього діє. Окрім того, маса ще тлумачиться як великі «предмети з неясними для зору обрисами; те, що в своїй сукупності утворює ціле, неподільне» – певну безформну, схожу на тісто, речовину-безліч [11].

На відміну від маси, зграя (аналог первісного об'єднання людей для полювання), за Е. Канетті, – трансформація групи. Окрема людина у зграї ніколи не зникає повністю. Як би не змінювалася конфігурація зграї, людина в ній завжди скраю... «Коли зграя сидить довкола вогнища, у кожного є сусід зліва і справа, але спина відкрита, спина беззахисна перед усім ворожим» [4].

Вектор усталених акцентів та значень змінює також наш сучасник, французький професор Мішель-Луї Руккет, автор книги «Пізнання мас. Нариси політичної психології». На його думку, людина, яка належить до маси, ніколи не перетворюється на «гвинтик системи» чи безликий автомат, бо вона окремо відчуває, сприймає, мислить, отже – «зберігає свою індивідуальність» [12, с.11].

М.-Л. Руккет по-різному характеризує і наче розмежовує масу і натовп. «Слід повернутися до розмежування маси та натовпу, – зазначає він. – Обидва поняття часто використовувались, продовжують використовуватися і є взаємозамінними. Тим не менше правда – в тому, що, поняття не є рівноцінними, якщо враховувати феноменальність. Натовп – данність сприймання, яке себе бачить та розуміє, а маса – не обов'язково. Натовп епізодичний, маса – вічна. Натовп – це подія; маса – матриця подій. Однак, щоб не впадати в контрверзи наївного реалізму, варто домовитись про аналогічне використання, – резюмує вчений» [12, с.14]. Далі він пише про те, що, на думку Г. Ле Бона, натовп не обов'язково є стовпотворінням, він може утворюватись за допомогою друку й телеграфу, які об'єднують це явище у певне розумне (NB!) ціле. Акцент на розумне, а не інстинктивне, звісно, заінтригує. Швидше за все М.-Л. Руккет не помітив, що назви «маса» та «натовп» у Ле Бона адекватні й синонімічні. Насамкінець професор зазначає: «Ми будемо розглядати масу як структурний продукт ідентичності еколого-ідеологічних визначників. Залежно від обставин і точок зору, дане похідне може проявлятися за допомогою дуже різноманітних феноменів, однак зрештою, якщо ці реалії співставити, то вони взаємопов'язані. [...] Стовпотворіння/натовп, таким чином, є залежним від обставин випадковим проявом маси» [12, с.15].

В Україні маси та їх комунікацію досліджує В. Різун. Цитуючи Д.В. Ольшанського та ін., він поділяє їх на великі – малі, стійкі – нестійкі, згуртовані – незгуртовані, контактні – неконтактні, спонтанні – організовані, однорідні – неоднорідні, прогресивні – консервативні, активні – пасивні тощо та пропонує свою класифікацію, яка умовно протиставляє маси як природні та штучні й передбачає їх поділ на натовп (аналог лебонівського «стада»), зібрану (на кшталт театральної та мітингової) та незібрану (котра має спільне в мисленні й інтересах, наприклад, електоральні маси, аудиторія ЗМІ) публіки. При цьому розрізнення мас чомусь геть не знімають із них «тавро» меншовартості, «прикріплене» до терміна в

лебонівські часи (у підручнику «Теорія масової комунікації» В. Різун, зокрема, зауважив: «Термін “маси” [...] вперше було вжито у контексті аристократичної критики соціальних змін XVII–XIX століть») [13, с.65-99]. Тобто, як не крути, – все одно зберігається загальна тенденція маркування маси як опозиції індивідуальності, оригінальності, аристократичної недосяжної високочолості тощо.

Вперше на науковому рівні чітко розмежував поняття «маса» та «натовп» сучасний американський вчений Герберт Блумер. На його погляд, люди маси, на відміну від натовпу, не перебувають у просторовій близькості, тому між ними немає взаємодії та обміну почуттями, а натовп, навпаки, завжди готовий до узгодженої дії. До маси, яка, як правило, анонімна, належать люди, що мають різний соціальний статус та професії, тому маса не має рис спільноти або громади [14, с.376].

«Г. Блумер вважає, що форма масової поведінки вибудовується із індивідуальних ліній діяльності, а не із узгодженої поведінки. Ці індивідуальні дії здійснюються у вигляді виборів книг, речей, партії, моди, професії, релігії. Якщо лінії вибору сходяться в одній точці, то виникає феномен маси» [14, с.376]. Отже, як бачимо, маса Блумера дуже індивідуалізована.

До речі: «розглядаючи питання групової психології, З. Фрейд та його послідовники виходили із створеної ними методології психоаналізу, екстраполюючи поняття та принципи, розроблені в практиці лікування неврозів, на сферу соціально-психологічних явищ. За основу інтерпретації міжособистісних і міжгрупових відносин бралися психологічні механізми такої групи, як сім'я» [14, с.370]. Отож: масову комунікацію вони теж намагалися максимально індивідуалізувати.

У той час, як визначні науковці змагалися у визначеннях міри індивідуального в концентраті мас, відомий культуролог Елвін Тоффлер озвучив позицію тотального зникнення мас як реалії. «Ми спостерігаємо руйнацію масової свідомості, – зазначає він, – її демасифікацію. Актуальним стає збільшення ролі та різноманітності міні-журналів та аркушів новин невеликих форматів, найчастіше – у вигляді ксерокопій. Усе певною мірою індивідуалізується. Як приклад демасифікації дослідник наводить статтю з «Christianity Today» – ЗМІ консервативного протестантизму Америки: «Християни губляться від доступності різнотрактуювань Біблії. Давні християни з таким не стикались. [...] Жодна з версій не вважається стандартом» [15]. З чого Е. Тоффлер робить висновки, що наші релігійні погляди нагадують смаки: стають менш однаковими та стандартизованими. Отже, мають розвиватися яскраві особистості і творитися різноманітні стилі життя. «Ми спостерігаємо народження постстандартизованої свідомості і постстандартизованого суспільства», – констатує Тоффлер [15].

Глобалізм йому уявляється чимось більшим, ніж ідеологія, яка слугує інтересам обмеженої групи людей. «Націоналізм говорив від імені нації, глобалізм озвучує позицію всього світу». І його поява – еволюційна необхідність – крок до «космічної свідомості», яка охопить не лише Землю, а й Усесвіт. Описана мегаспільнота, на думку Тоффлера, вступає у протистояння з державою-нацією (і чимось нагадує конфлікт народу-маси біблійних часів – О. К.).

Щось подібне звучить у світовому бестселері японського фізика-фітуролога Мічіо Кайку «Фізика майбутнього (Як наука вплине на долю людства і змінить наше повсякденне життя у XXI сторіччі)». «На додаток до дружнього штучного інтелекту є ще й інший варіант: ми можемо злитися з нашими творіннями. – зазначає Кайку. – Замість того, аби просто чекати, коли роботи перевершать нас за інтелектом і можливостями, нам варто спробувати вдосконалити себе і стати суперлюдьми. Думаю, найімовірніше, в майбутньому ми переслідуватимемо одночасно обидві ці мети: створення дружнього штучного інтелекту і вдосконалення самих себе» [16, с.129]. Розглядаючи нову всеохопну супермасу, Кайку не звертає уваги на раси, народи, нації, маси. Для нього це щось набагато органічніше.

Розглядаючи перспективи майбуття, ставку на глобальний розум, технології та масу нового типу робив також нобелівський лауреат і дисидент Андрій Сахаров. Бібліотека газети «День» серії «Підризна література» нещодавно опублікувала його «Пам'ятну записку», у якій зазначено: «Я глибоко переконаний, що заключні у науково-технічному прогресі величезні матеріальні перспективи, при усій їх важливості та необхідності, не вирішать долю людства самі по собі. Науково-технічний прогрес не принесе щастя, якщо не буде доповнюватися глибокими змінами у соціальному, моральному і культурному житті людства. Внутрішнє, духовне життя людей, внутрішні імпульси їх активності найважче прогнозувати, але якраз від цього, в кінцевому підсумку, залежить і загибель, і порятунок цивілізації» [17, с.29]. «Зараз, коли існує величезний розрив, який все збільшується, в економічному розвитку різних країн, коли на обличчя розділ світу на опозиційні групи ворогуючих держав, кількість небезпек, які загрожують людству, колосально збільшується» [17, с.29].

Поряд з ідеєю демасовізації існує інша, не менш вагома, – про домінування маси нового типу. Так резюмувати можна, відштовхуючись від психоаналітичних теорій К.Г. Юнга та ін., за якими рівень сублимативної комунікації (такої, що дозволяє приборкати агресію, інстинкти тощо) також залежить від психологічного вияву людини, яка, як нам відомо, не лише стоїть по обидва боки комунікативного ланцюга (як мовець, сприймач та творець інформації), а і є амбівалентним складником маси. Загалом психологічних типів, за Юнгом, є чотири: емоційний, інтуїтивний, сенсорний, інтелектуальний [18].

Нас можна заперечити, зауваживши, що йдеться не про людину, а про масу. Так, але ж маси – це також люди, які об'єднуються за якимось спонуканням, приміром – за інтересами (у випадку використання психоаналітичного критерію – за психотипами). Звісно, якщо маси не вважати суто негативним явищем культури, тобто – натовпом-стадом. Отже, коли розширити розуміння масовості, то великі спільноти можуть бути, окрім інстинктивних (досліджених Ле Боном, Фрейдом, Тардом, Сігеле тощо), ще й розумовими, сенсорними чи інтуїтивними. Якщо ж психологічні типи спроектувати на класичновичерпні масовокомунікативні моделі [19, с.81-87], то «виходить, що модель розголосу комфортна емоційному типові (для реалізації первісних інстинктів), ритуалу – інтуїтивному (акцент – на духовне спілкування й віру), трансмісія –

царина сенсорики (у сенсі тактильності сигналів), а рецепція, звісно, – домінанта розумового психологічного типу, який і починає переважати в інформаційному просторі Постмодерну. На наш погляд, психологічний критерій, на відміну від пропонованих вченими непарадигмально-ситуативних, – не такий аморфний і більш переконливий. За його допомогою можна спрогнозувати використання конкретної комунікаційної моделі, поперше, орієнтуючись на спільноту, приміром, театральну, радійну, літературну, мистецьку інтенет- тощо, по друге, – на поширення власне інформації в контексті різних дискурсів. Тоді, творячи шоу, ми будемо використовувати модель розголосу, пишучи психологічний роман – застосуємо рецептивну, для реклами задіємо – трансмісійну. Можна навіть спробувати прокласифікувати масовокомунікаційні культуротворчі дискурси відповідно до чотирьох моделей, як наслідок: скульптура, архітектура, декоративно-прикладне мистецтво, танець – виявиться цариною сенсорності; шоу, телебачення, плакати, бульварні ЗМІ – сферою емоційності; жива комунікація, преса, священні книги – привілеєм інтуїції; наукова та ускладнена художня література, документалістика й кіно та багато найновіших явищ сучасності потраплять в обласу інтелектуалізму.

Збившись у масу, кожен психотип діє на рівні свідомості та підсвідомості, бо несвідоме так ретельно захищене, що зактивізовується лише в снах, під гіпнозом та в результаті психічних захворювань. Отже, воно існує винятково на індивідуальному рівні, хоча й задіє архетипну загальнолюдську символіку (приміром, в образах сну, художніх творах тощо), однак механізми такого задіяння ще не вивчені. А от підсвідоме, як і свідоме, – царина реалізації всіх видів комунікації, серед яких і групова та масова. У ситуації комунікування натовпу, аби захистити в стресовому стані своє несвідоме (яке реагує виключно на індивідуальні комплекси), свідомість маси активізує підсвідомість. А оскільки в масу у вигляді її крайнього вияву – натовпу – потрапляють усі чотири психотипи (тут вони якраз не диференціюються, як на рівні аудиторії засобів комунікації), то всі чотири намагаються захистити несвідоме за рахунок власного свідомого, себто кожен посилює властиві йому ведучі функції. Тому на зовнішній подразник стресу частини маси реагують приблизно так: емоційний психотип нестримно виражає позитивні чи негативні почуття: кричить, штовхається тощо. Раціонали, навпаки, – намагаються збагнути, що відбувається, і на певний час просто закладають та не рухаються, а потім якось починають діяти, наприклад, – бігти (однак галасують та задіють силу вони вкрай рідко). Інтуїти теж стримані, цей психотип шукає допомоги у вищих сил (найчастіше за допомогою молитви). А от сенсорики, як і емотики, надзвичайно активні, вони, як правило, прагнуть рятувати матеріальні цінності, приміром, експонати музею чи власні речі. Серед них багато мародерів [19, с.19-20].

Підтвердженням концепції домінування однієї з мас є і той факт, що навіть першодослідники спільнотної комунікації Ле Бон і Фройд вказували на обмеженість та відносність об'єкта дослідження, оскільки в його структурі виявилось безліч винятків та алогізмів. Послідовники ж Ле Бона і Фройда взагалі подекуди ставили під сумнів

«класику жанру». В опозиційних концепціях, як ми уже пересвідчилися, в основному йшлося про можливість індивідуалізації мас, їх парадигмальну класифікацію тощо. «Єдиним, хто відповідає за свою поведінку в масі, на думку С. Сігеле, є індивід. Засобом виявлення міри його відповідальності є його вразливість до навіювання. Оскільки за умов найбільш сильного навіювання неможливе повне знищення людської індивідуальності, а лише її послаблення, то злочин, який скоєно індивідом серед натовпу, завжди має частину мотивів у фізіологічній та психологічній організації цього індивіда. Отже, він завжди буде нести відповідальність перед законом за те, що ним скоєно. Чесна людина не буде підпорядковуватися злочинним наказам натовпу і потрапляти у вир його емоцій» [8].

Задля справедливості слід зауважити, що «рятивна» ідея індивідуалізації маси прозвучала ще в першоджерелах. Розглядаючи натовп як сліпу, некервану силу, Г. Тард, Г. Лебон, З. Фройд шукали шляхи перетворення його на таку спільноту, яка позбулася б своїх негативних руйнівних сил. [...] Ефективним засобом вони вважали його реорганізацію: спершу об'єднання в групу, а потім актуалізацію конкретних особистостей.

Загалом створюється дуже парадоксальна ситуація: і теоретики мас, і ті, що пропонують концепції демасовізації, ми бачимо, намагаються зафіксувати та описати ідентичну актуальну на сьогодні реалію: масу свідомих та відповідальних людей, тільки по-різному її називають. Це саме та маса, чи немаса, у якій домінують раціоналізм та індивідуалізм. І намагання сконстатувати факт зростають пропорційно розвитку новітніх технологій: у Фройда бачимо інтуїтивний натяк, у Руккета – концептуальну констатацію, а у найсучасніших вчених – безкомпромісні твердження. Отже, щоб потрактувати явище, ми повинні його передусім назвати масою, або немасою.

На наш погляд, вважати об'єкт немасою неефективно, бо доведеться перейменовувати усю комунікаційну піраміду. І навіть якщо припустити, що масова комунікація стане індивідуальною (еквівалентом міжособистісної та групової), то реалізуватиметься вона все одно за допомогою сучасних медіа, себто, фактор прискорення та поширення на великі, хай і дистанційовані, спільноти, лишається незмінним. Крім того, навряд чи сучасні ЗМК здатні абсолютно знищити чи візуалізувати історично витриману майданну комунікацію на стадіонах, під час концертів тощо, бо є люди, яким та комунікація органічно потрібна, і їх багато.

Поки ми схилиємося до думки, що сучасна масова комунікація – то комунікація домінантної маси інформаційної доби, що, безумовно, впливає на обмін інформацією у середовищах інших мас, як свого часу впливала і створювала ілюзію всеохопності комунікація емоційно-інстинктивного характеру. В міру поглиблення та розгортання наукової розвідки ми, можливо, змінимо цей ярлик, але об'єкт дослідження від цього не зміниться.

**Висновки.** Отже, масова комунікація – це зумовлений соціально-психологічними особливостями великих спільнот процес передачі інформації та підтримання контактів за допомогою каналів і передавачів – ЗМК – у вимірі всіх сфер виробництва культури.

Відповідно – маса – дуже велика (міжрасова та міжна-

ціональна), найчастіше – дистанційна та віртуальна, спільнота індивідів з подібними статусами, цінностями, орієнтаціями, провідними регуляторами поведінки, суспільною свідомістю.

Натовп – частково деіндивідуалізована та фізично анонімна, як правило, не дуже морально-етична масова спільнота, у якій найчастіше відсутні ролі, норми і правила, у крайньому вияві провідними регуляторами поведінки стають інстинкти, вчені колективним несвідомим. В інтелектуальному відношенні натовп перебуває на нижчій стадії, порівняно з масою та індивідом. Натовпи представників різних націй та народів не однакові, бо на його вчинки діють ментальні темпераменти. До речі: якщо демасовізація відбудеться – натовп як реалія повинен зникнути.

Натовп у неагресивному стані можна називати юрбою.

Аудиторія – це дистанційована та опосередкована спільнота конкретного дійства, чи ЗМК.

Публіка – аудиторія, що реально, а не віртуально, зібралася в один час в тому самому місці.

Спільнота – загальна назва і принагідний замітник усіх термінів, які ми тут тлумачимо у контексті розуміння мас.

#### Література

1. Ковельман А.Б. Рождение толпы: от Ветхого к Новому Завету [Електронний ресурс] / А.Б. Ковельман. – Режим доступу: <http://ec-dejavu.ru/c/Crowd.html>
2. Вундт В. Проблемы психологии народов [Електронний ресурс] / В. Вундт. – Режим [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Wundt/\\_PsNar\\_Index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Wundt/_PsNar_Index.php)
3. Лебон Густав Психология народов и масс [Електронний ресурс] / Густав Лебон. – Режим доступу: <http://www.psi-test.ru/pub/Lebon/oglav.html>
4. Канетти Элиас Масса и власть [Електронний ресурс] / Элиас Канетти. – Режим доступу: <http://lib.ru/POLITOLOG/KANETTI/power.txt>
5. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я»: Роман / З. Фрейд; пер. с нем. – СПб.: Издательский дом «Азбука классика», 2008. – 192 с.
6. Райх Вильгельм Психология масс и фашизм [Електронний ресурс] / Вильгельм Райх. – Режим доступу: [http://lib.ru/POLITOLOG/RAJH\\_W/raihdd.txt](http://lib.ru/POLITOLOG/RAJH_W/raihdd.txt)
7. Ортега – и – Гассет Хосе Восстание масс [Електронний ресурс] / Хосе Ортега – и – Гассет Режим доступу: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/gas\\_voss/01.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/gas_voss/01.php)
8. Сигеле С. Преступная толпа. Опыт коллективной психологии [Електронний ресурс] / С. Сигеле. – Режим доступу: [https://royallib.com/read/sigele\\_stsipion/prestupnaya\\_tolpa\\_opit\\_kollektivnoy\\_psihologii.html#0](https://royallib.com/read/sigele_stsipion/prestupnaya_tolpa_opit_kollektivnoy_psihologii.html#0)
9. Шард Г. Законы подражания / Г. Шард : пер. с фр. – М.: Академический Проект, 2011. – 304 с. (Психологические технологии).
10. Масковичи Серж Век толп [Електронний ресурс] / Серж Масковичи. – Режим доступу: [http://univer.nuczu.edu.ua/tmp\\_metod/665/moskovichi\\_vek\\_tolp.pdf](http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/665/moskovichi_vek_tolp.pdf)
11. Словник української мови Академічний тлумачний словник (1970-1980) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/masa>
12. Руккет М.-А. Познание масс. Очерки политической психологии / М.-А. Руккет; пер. с франц. Н.В. Вышинского. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2010. – 272 с.
13. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ.

галузі 0303 «журналістика та інформація» / В.В. Різун. – Видавничий центр «Прогрес», 2008. – 260 с.

14. Москаленко В.В. Психологія соціального впливу. Навч. пос. / В.В. Москаленко. – К: Центр учбової літератури, 2007. – 448 с.

15. Тoffler Элвин Третья волна [Електронний ресурс] / Элвин Тoffler. – Режим доступу: [http://www.read.virtk.ru/present\\_past\\_pdf/Toffler\\_Tretiya\\_volna.pdf](http://www.read.virtk.ru/present_past_pdf/Toffler_Tretiya_volna.pdf)

16. Кайку М. Фізика майбутнього / М. Кайку; пер. з англ. Анжела Кам'янець. – Львів: Літопис, 2013. – 432 с.

17. Сахаров Андрей Памятная записка / Андрей Сахаров // Библиотека газеты «День», серия «Подризна література»; за ред. Л. Івшиної. – К.: в-цтво «Українська прес-група», 2013. – 96 с.

18. Юнг Карл Густав Психологические типы [Електронний ресурс] / Карл Густав Юнг. – Режим доступу: <http://www.lib.ru/PSIHO/TJUNG/psytupes.txt>

19. Косюк О.М. Теорія масової комунікації: навч. посіб. / О.М. Косюк. – Луцьк: ВФУ ім. Лесі Українки, 2012. – 384 с.

#### References

1. Kovelman A.B. Rozhdenie tolpy: ot Vekhnogo k Novomu Zavetu [Elektronnyy resurs] / A.B. Kovelman. – Rezhim dostupa: <http://ec-dejavu.ru/c/Crowd.html>
2. Vundt V. Problemy psikhologii narodov [Elektronnyy resurs] / V. Vundt. – Rezhim dostupa: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Wundt/\\_PsNar\\_Index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Wundt/_PsNar_Index.php)
3. Lebon Gustav Psikhologiya narodov i mass [Elektronnyy resurs] / Gustav Lebon. – Rezhim dostupa: <http://www.psi-test.ru/pub/Lebon/oglav.html>
4. Kanetti Elias Massa i vlast [Elektronnyy resurs] / Elias Kanetti. – Rezhim dostupa: <http://lib.ru/POLITOLOG/KANETTI/power.txt>
5. Freyd Z. Psikhologiya mass i analiz chelovecheskogo «Ya»: Roman / Z. Freyd; per. s nem. – SPb.: Izdatelskiy dom «Azбуka klassika», 2008. – 192 s.
6. Raykh Vilgelm Psikhologiya mass i fashizm [Elektronnyy resurs] / Vilgelm Raykh. – Rezhim dostupa: [http://lib.ru/POLITOLOG/RAJH\\_W/raihdd.txt](http://lib.ru/POLITOLOG/RAJH_W/raihdd.txt)
7. Ortega – i – Gasset Khose Vosstanie mass [Elektronnyy resurs] / Khose Ortega – i – Gasset Rezhim dostupa: [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/gas\\_voss/01.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/gas_voss/01.php)
8. Sigele S. Prestupnaya tolpa. Opyt kollektivnoy psikhologii [Elektronnyy resurs] / S. Sigele. – Rezhim dostupa: [https://royallib.com/read/sigele\\_stsipion/prestupnaya\\_tolpa\\_opit\\_kollektivnoy\\_psihologii.html#0](https://royallib.com/read/sigele_stsipion/prestupnaya_tolpa_opit_kollektivnoy_psihologii.html#0)
9. Tard G. Zakony podrazhaniya / G. Tard : per. s fr. – M.: Akademicheskii Proekt, 2011. – 304 s. (Psikhologicheskie tekhnologii).
10. Maskovichi Serzh Vek tolp [Elektronnyy resurs] / Serzh Maskovichi. – Rezhim dostupa: [http://univer.nuczu.edu.ua/tmp\\_metod/665/moskovichi\\_vek\\_tolp.pdf](http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/665/moskovichi_vek_tolp.pdf)
11. Slovník ukraínskoj movi Akademichnij tлумачnij slovník (1970-1980) [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://sum.in.ua/s/masa>
12. Rukket M.-L. Poznanie mass. Ocherki politicheskoy psikhologii / M.-L. Rukket; per. s frants. N.V. Vyshinskogo. – M.: «Kanon+» ROOI «Reabilitatsiya», 2010. – 272 s.
13. Rizun V.V. Teoriya masovoi komunikatsii: pidruch. dlya stud. galuzi 0303 «zhurnalistika ta informatiya» / V.V. Rizun. – Vidavnicхий tsentr «Prosvita», 2008. – 260 s.
14. Moskalenko V.V. Psikhologiya sotsialnogo vplivu. Navch. pos. / V.V. Moskalenko. – K: Tsentr uchbovoi literatury, 2007. – 448 s.
15. Toffler Elvin Tretya volna [Elektronnyy resurs] / Elvin

Toffler. – Rezhim dostupa: [http://www.read.virmk.ru/present\\_past\\_pdf/Toffler\\_Tretiya\\_volna.pdf](http://www.read.virmk.ru/present_past_pdf/Toffler_Tretiya_volna.pdf)

16. Kayku M. Fizika maybutnogo / M. Kayku; per. z angl. Anzhela Kam'yanets. – Lviv : Litopis, 2013. – 432 s.

17. Sakharov Andrey Pamyatnaya zapiska / Andrey Sakharov // Biblioteka gazet «Den», seriya «Pidrivna literatura»; za red. L.

Ivshinai. – K.: v-tstvo «Ukrainska pres-grupa», 2013. – 96. s.

18. Yung Karl Gustav Psikhologicheskie tipy [Elektronnyy resurs] / Karl Gustav Yung. – Rezhim dostupa: <http://www.lib.ru/PSIHO/JUNG/psytypes.txt>

19. Kosyuk O.M. Teoriya masovoi komunikatsii : navch. posib. / O.M. Kosyuk. – Lutsk : VNU im. Lesi Ukrainki, 2012. – 384 s.

**Kosiuk O.M.,**

Ph.D., associate professor Department of Social Communications Faculty of Philology and Journalism Lesya Ukrainka Eastern European National University, [o\\_kosuk@ukr.net](mailto:o_kosuk@ukr.net)

Ukraine, Lutsk

### **NEW CONCEPT OF MASS COMMUNICATION: THEORETICAL AND TERMINOLOGICAL ASPECTS**

The purpose of the study is to propose an alternative idea to the classical theories of masses and their communication with reference to the views of culturologists, psychologists, philosophers, and communication theorists. The goal involves activating the concepts that have been developed by G. Le Bon, Z. Freud, C.G. Young, W. Wundt, E. Canetti, W. Reich, J. Ortega y Gasset, S. Siegel, G. Tard, S. Maskvichi, M.-L. Rukket, A. Tofler, A. Sakharov, V. Rizun, D. Olshanskyi, HG. Blumer, V. Moskalenko, M. Kaku, and choosing those aspects which according to the scholars themselves, are controversial and require additional consideration. Typically, these aspects differ from the established notions of mass communication, because they rationalize and categorize them according to the types of highly organized masses in the cultural creative dimension, individualize the process of mass communication, and free it from stereotyped negativism, etc.

*Methodology.* The comparative method of terminological analysis was the basis for analysis. By comparing the definitions of the masses, we tried to find optimal ones for the present. To analyse theories in their occurrence and development, the historical approach was used. System analysis enabled us to consider mass communication in a holistic and hierarchical way as an integral functional system. Modelling was important for creating a new concept of mass communication. Significant temporal remoteness of certain events led to the use of hermeneutic approach. Semiotics was always important. It helped to abstract from stereotypes and analyse mass communication from the point of view of secondary sign systems.

The scientific novelty lies in the fact that for the first time, not denying the classical theories, but merely supplementing them with the lost facts, we propose to consider mass communication as a result of the process of transmitting information conditioned by social-psychological features of large communities, and maintaining contacts through channels and transmitters of mass media in the dimension of all spheres of cultural production. Among the communities there are also rational ones that are not typical for classical theories. It is evident that they are dominant in our time.

**Key words:** communication, mass, theory, individual, rational, crowd, people, model.

