УДК 007 : 304 : 001

ДВАНАДЦЯТЬ ПОСТУЛАТІВ В. В. РІЗУНА ЯК ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ВЕРИФІКАЦІЇ ЯВИЩА КОГНІТИВНОЇ ОБМЕЖЕНОСТІ
(на прикладі термінологічних систем, що функціонують у телепросторі)

Володимир Субота
(Кривий Ріг, Україна)

У статті аналізуються дванадцять постулатів професора В. В. Різуна, які можуть бути теоретичним підґрунтям для практичного дослідження (верифікації) когнітивної обмеженості термінологічних систем, що функціонують у телепросторі.
***Ключові слова**: постулати В.В. Різуна, когнітивна обмеженість, термінологічна система, телепростір.*

В статье анализируются двенадцать постулатов профессора В.В.Ризуна, которые могут быть теоретической почвой для практического исследования (верификации) когнитивной ограниченности терминологических систем, которые функционируют в телепространстве.
***Ключевые слова**: постулаты В.В. Ризуна, когнитивная ограниченность, терминологическая система, телепространство.*

Twelve postulates of professor V. V. Rizun, which can be the theoretical ground for practical research (verifications) of the cognitive limited nature of the terminological systems that function in TV-space, are analyzed in the article.
***Keywords:** postulates of V.V.Rizun, the cognitive limited nature, terminological system, the TV-space.*

Постановка проблеми. Проблемою дослідження вважаємо вибір найбільш оптимальної методології подальшого практичного вивчення когнітивної обмеженості термінологічних систем, що функціонують у телепросторі, з числа тих декількох методологічних підходів, що існують у соціальних комунікаціях як новій галузі знань. Нам необхідно знайти теоретичне обґрунтування верифікації (практичної перевірки) явища когнітивної обмеженості термінологічних систем, що функціонують у телепросторі. Зазначене можна здійснити досить легко, якщо б ми мали на сьогодні певні верифіковані і валідні методи досліджень у соціальних комунікаціях. Такі методи – суто соціально комунікаційні, як відомо, ще не описані дослідниками.

Актуальність дослідження визначається тим, що нині недостатньо досліджені процеси когнітивної обмеженості термінологічних систем телепростору. Окрім зазначеного, слід звернути увагу й на те, що дослідження, результати яких є дотичними до теми, яка цікавить нас, поверхово описують явище когнітивної обмеженості. Останнє відслідковується з причин відсутності методів дослідження і верифікації згаданого явища в системі телебачення і тих термінологічних систем, які функціонують нині. Отже, ми вважаємо здійснене дослідження актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існують роботи В.Ф.Іванова [2], С.М.Квіта [3, с. 62-68], З.В.Партики [4, с. 40-52]; В.В.Різуна [5, с. 202-206]; В.В.Різуна, Т.В.Скотникової [6, с. 17-98]; О.М.Холода [9], автори яких пропонують низку методів, які, на наш погляд, або повторюють одне одного, або вже існують і описані в межах філософії, соціології, психології тощо.

На жаль, аналіз результатів згаданих досліджень займає достатньо багато місця і з цієї причини ми не в змозі викласти його детально.

Об'єктом дослідження ми обрали дванадцять постулатів масової комунікації, запропоновані професором В.В.Різуном [5, с. 202-206], *предметом* – положення згаданих постулатів масової комунікації як теоретичне обґрунтування верифікації явища когнітивної обмеженості (на прикладі термінологічних систем, що функціонують у телепросторі).

Подальша логіка дослідження диктує необхідність висування гіпотези. У нашому випадку було *передбачено*: теоретичним обґрунтуванням верифікації явища когнітивної обмеженості (на прикладі термінологічних систем, що функціонують у телепросторі) можуть бути дванадцять постулатів масової комунікації, запропоновані професором В.В.Різуном.

Мета статті. Для перевірки висунутої гіпотези ми сформулювали *мету*: довести, що дванадцять постулатів масової комунікації, запропоновані професором В.В.Різуном, можуть бути теоретичним обґрунтуванням верифікації явища когнітивної обмеженості (на прикладі термінологічних систем, що функціонують у телепросторі).

Виклад основного матеріалу. Фахівець теорії масової комунікації В. В. Різун пропонує *перший постулат* – «Масова комунікація належить не тільки журналістам» [5, с. 202]. Виходячи з завдання дослідження, ми тлумачимо перший постулат дослідника таким чином: методологічною базою верифікації явища когнітивної обмеженості термінологічних систем, що функціонують у телепросторі, слід вважати твердження про те, що методи журналістикознавства можуть використовуватися в теорії масової комунікації, і навпаки.

Серед методів журналістикознавства ми, слідом за В.В.Різуном і Т.В.Скотниковою, називаємо такі:

1) описові методи;
2) аналіз документів;
3) спостереження;
4) опитування;
5) експеримент [6, с. 17-97].

Кожний із зазначених методів журналістикознавства має розгалуження на часткові методи. Наприклад, описовий метод включає в себе історичний і біографічний методи, класифікацію та типологічний аналіз. Автори вважають, що до описового методу журналістикознавства слід віднести і класифікацію видань як перший етап моделювання засобів масової інформації (ЗМІ). Додають також, що тип видання може виступати моделлю ЗМІ, тобто, якщо ми правильно розуміємо, сама класифікація видань за типами є методом.

Другий постулат наукової школи теорії масової комунікації, запропонований В.В. Різуном, проголошує: «масова комунікація – це дія, у якій беруть участь два учасники»: ініціатор спілкування й інший учасник. Автор занотовує, що ініціатор спілкування завжди має перевагу над іншим учасником комунікаційного процесу. На думку дослідника, для обох учасників масова комунікація є поведінковим (діяльнісним) середовищем, яке має власні закони і принципи, і нагадує, за словами В. В. Різуна, «гру». Середовище останньої, зі своїми принципами і законами, є загальним, універсальним для різних фахівців, що оперують у своїй діяльності словом.

Третій постулат школи теорії масової комунікації, запропонований В.В.Різуном, проголошує: «Середовище зобов'язує, але дає право вибору». Автор постулату пояснює, що свобода поведінки і дій у професійному середовищі – масовій комунікації – не обмежується існуючими правилами і принципами, але «кожен із фахівців зобов'язаний знати і розуміти закони середовища» [5, с. 203].

Під час практичного дослідження явища когнітивної обмеженості терміносистем, що функціонують у телепросторі, як фактору руйнації соціальної комунікації нам

доцільно враховувати методологічне положення В.В.Різуна (третій постулат школи масової комунікації), яке ми тлумачимо наступним чином. Кожен із журналістів або гостей студії під час зйомок телепрограми (випуску новин чи політичного ток-шоу) повинний усвідомлювати, що він має повне право не погоджуватися, наприклад, із тим, що є необхідним для зрозумілості пояснювати спеціальні слова, без яких він не може утлумачити власну позицію, погляди або захиститися від вербального нападу опонента. Кожен із журналістів чи гостей телепрограми має право не погоджуватися і, навіть, чинити спробу змінити правила масової комунікації як середовища, але не має право не знати і не розуміти, що він може бути незрозумілим.

Четвертий постулат школи теорії масової комунікації, викладений В.В.Різуном, проголошує, що «можна керувати собою, але не можна вийти за межі свого *Я*» [5, с. 203]. З декількох причин ми тлумачимо згаданий постулат як методологічне положення, яке допоможе нам об'єктивно підійти до вивчення явища когнітивної обмеженості терміносистем, що функціонують у телепросторі. Перша причина: кожний комунікатор, позиціонуючи себе в суспільстві в ролі або сугестора (того, хто навіює), або маніпулятора масової думки, або захисника прав громадян не може не бути представником іншого суспільного утворення окрім того, ким він є насправді – представником масової аудиторії, культури, стереотипів тощо. Звідси ми формулюємо другу причину: кожний комунікатор не може мислити інакше, аніж представники соціуму, яке є масовим і до якого комунікатор належить. Він не здатний «вийти» за межі масової свідомості.

Цікавим і перспективним методологічним положенням, висунутим В.В.Різуном, ми вважаємо *п'ятий постулат* наукової школи теорії масової комунікації, а саме: «Поглянь на себе з точки зору масової комунікації» [5, с. 203]. Автор тлумачить постулат із закликом не сприймати його власну позицію, висловлену в постулатах, як однобічну і необ'єктивну. Заради згаданого В.В.Різун пояснює: «масова комунікація – не є єдиним середовищем для поведінки й діяльності людини», тому що до такого середовища слід віднести і «сферу міжособистісного спілкування, сферу художньої творчості, наукової діяльності, сферу розвитку індивідуальних здібностей тощо». Усе, про що повідомляє автор, стосується людей «масових настроїв і масової свідомості». Враховуючи позицію В.В.Різуна з методологічних міркувань, згаданий аналіз нам «не варто розглядати як приниження чи паплюження суспільної ролі журналістів, редакторів, рекламістів та інших» [5, с. 203]. Отже, якщо йти слідом за автором п'ятого постулату, потрібно орієнтуватися на певну обмеженість запропонованого положення, що стосується, напевне, тільки масовокомунікаційних елементів у структурі масової комунікації. Ми вбачаємо в змісті п'ятого постулату В.В.Різуна не універсальність і методологічність положення, а застереження для дослідників масової комунікації. Саме тому можемо спиратися у подальшому практичному вивченні явища когнітивної обмеженості терміносистем, що функціонують у телепросторі, і ведуть до руйнації соціальної комунікації таким чином.

У *шостому постулаті* наукової школи теорії масової комунікації В.В.Різун проголошує: «Маса – це ми» і пояснює: кожен із нас повинний пам'ятати про те, що не слід вважати маси «сукупністю малоосвічених, некультурних, зомбованих осіб». Разом із «зеками, повіями, п'яницями» маси складають і «президенти, міністри, професори» і саме тому при аналізі масових явищ слід враховувати настрої і думки, «якими вони керуються», і роль, «яку вони виконують у процесі спілкування» [5, с. 204]. Для нашого дослідження шостий постулат може бути методологічним, тому що: 1) висновок про те, який вплив (негативний чи позитивний) має явище когнітивної обмеженості терміносистем, що функціонують у телепросторі, і є фактором руйнації соціальних комунікацій, слід здійснювати з урахуванням того, що ми самі є представником мас; значить ми самі як дослідники повинні враховувати і свою думку, реакцію, наслідки дії аналізованого явища для себе; 2) настрої і думки, якими керуються натовп, публіка, аудиторія є важливими для нашого аналізу явища когнітивної обмеженості терміносистем, що функціонують у телепросторі, і є фактором руйнації соціальних комунікацій, тому що

нерозуміння аудиторією телевізійної продукції є визначальним фактором у формуванні рейтингів не тільки конкретних телевізійних передач, а взагалі, усього телевізійного віщання.

«Вірити в свою самодостатність і бути самодостатнім – це не те саме» – проголошує *сьомий постулат* школи теорії масової комунікації, висунутий В. В. Різуном. Пояснення цитованому положенню автор подає у такому вигляді: «всі масовокомунікаційні дії відбуваються або самі по собі, стихійно, за законами психології людської, або організовуються людьми професійно за певними технологіями індустрії масового впливу» [5, с. 204]. Професійний працівник мас-медіа зобов'язаний, на думку автора, відчувати свою роль у зазначених процесах і усвідомлювати разом із тим, що роль комунікатора (у тому числі й журналіста) не є абсолютною. Попри професійних комунікаторів є й представники інших професій, які також чинять вплив на формування самодостатньої особистості. До думки В.В.Різуна додамо: мас-медіа формують самосвідомість аудиторії як один з впливових факторів, але не як єдиний і всемогутній. Тому кожен представник (і учасник) масовокомунікаційних процесів повинний пам'ятати, що він є, з одного боку, одним із маси, на яку й спрямовано впливає, а з іншого боку, він є тим, хто формує суспільну думу про засоби масової інформації, засоби масової комунікації і про тих, хто утворює комунікаційну продукцію (у тому числі й телевізійні програми).

Підтримуємо сутність *восьмого постулату* школи теорії масової комунікації, висловлені В. В. Різуном («Не впливає тільки той, хто не хоче спілкуватися» [5, с. 204].). Цитований постулат передбачає наявність психологічного впливу «однієї людини на іншу або людини на групу людей і навпаки». Такий вплив здійснюється завдяки навіюванню і маніпуляції. Навіювання, як ми розуміємо думку автора, здійснюється через усвідомлення, маніпуляція – через прихований вплив. Згідно ідеї В. В. Різуна, у будь-якій формі обговорювані види і форми впливу реалізуються завдяки спілкуванню і бувають ефективними або неефективними. «Ефективність спілкування вимірюється отриманими ефектами – плановаными чи неплановаными результатами» [5, с. 204-205].

Ми можемо звернутися до восьмого постулату В.В.Різуна як до методологічного, розглядаючи явище когнітивної обмеженості терміносистем, що функціонують у телепросторі, як фактору руйнації соціальної комунікації. Зазначене можна дослідити через аналіз результативності (частотності) перегляду випусків новин і політичних ток-шоу. Для такого аналізу достатніми є щотижневі рейтинги телепрограм і телеканалів, що регулярно публікуються на сайті електронного журналу «Телекритика». Таким чином, навіть не бажаючи впливати на аудиторію, наприклад, телепрограми політичних ток-шоу здійснюють вплив (у тому числі і навіювання) через частотне вживання термінів різних терміносистем, що функціонують у телепросторі. Результатом (ефективністю) такого впливу є плановані або неплановані стратегії і тактики, реакції на інформаційні події, які утворюються або перебігом подій, що відбуваються безпосередньо в телестудії (сварки, образи, бійки, неправдива інформація, сенсації різного кшталту), або шляхом висвітлення події з певних тенденційних позицій.

Дев'ятий постулат школи теорії масової комунікації, запропонований В.В.Різуном, проголошує, що «впливати на людину – це залучати її до світу свого *Я*» [5, с. 205]. Автор тлумачить постулат таким чином: суб'єкт не може залучити до спілкування об'єкт без погодження останнього. Звідси: комунікація може бути тільки успішною, оскільки результатом її буде «психологічне підкорення». Таке підкорення можливе при використанні сугестії (навіювання) і маніпуляцію. На наш погляд, точний приклад наводить В. В. Різун, ілюструючи висунуте положення: у діаді «учень – учитель» формування таких установок і цінностей як «почуття самодостатності, свободолюбства, критичного ставлення до світу», що фіксуються під час спілкування «є результатом не тільки логічного аналізу, здійснюваного самим учнем, а й продуктом сугестії учителя» [5,

с. 205]. У межах мети, поставленої нами в дослідженні, тлумачимо дев'ятий постулат В. В. Різуна як такий, що може виступати в якості методологічного.

У трактовці *десятого постулату* школи теорії масової комунікації «Твори себе сам» [5, с. 205] ми знаходимо таке пояснення: індивідуальність людини проявляється на різних рівнях. Автор зазначає, що іноді індивідуальнісно-особистісне комуніканта настільки «випирає», що стає перешкодою у спілкуванні. Такий комунікант не повинний вважати себе головним у формуванні особистісних та індивідуальних рис комунікатора, адже, як занотовує В.В.Різун, «розвиток індивідуального, особистісного залежить великою мірою від самого індивіда – його бажання, інтелекту, соціально-психологічного стану». Ми цілком погоджуємось з автором постулату і вважаємо, що «суспільство та його інститути лише створюють умови для розвитку особистості, «роблять» (навіюють) ідею самодостатньої особистості «робочою» ідеєю кожного» [5, с. 205].

Не менш важливим для теоретичного обґрунтування верифікації явища когнітивної обмеженості термінологічних систем, що функціонують у телепросторі і є руйнівними для соціальних комунікацій, вважаємо *одинадцятий постулат* школи теорії масової комунікації, запропонований В.В.Різуном – «Чим розумніша людина, тим вищий її поріг переходу до маси» [5, с. 205-206]. Сутність постулату автор тлумачить через «здатність людини самостійно приймати рішення і мінімально при цьому залежати від сугестора чи маніпулятора», проявляючи згадану здатність як результат уміння «думати, аналізувати та ставитися до професійних комунікаторів лише як до джерела інформації» [5, с. 206].

Сприймаємо сутність одинадцятого постулату В.В.Різуна як методологічну настанову, тому що, теоретично обґрунтовуючи верифікацію явища когнітивної обмеженості термінологічних систем, що функціонують у телепросторі та виступають фактором руйнації соціальних комунікацій, вбачаємо доцільність і справедливість висунутого положення.

Останній – дванадцятий – постулат «Сліпа довіра – ворог особистості», яким послуговується школа теорії масової комунікації, тлумачиться В.В.Різуном через ствердження права комунікатора «викликати до себе довіру» і права комунікантів – «брати під сумнів почуте, побачене, прочитане». Разом із тим, автор застережує: «Людина повинна виховувати в собі критичне ставлення до всього, але не перетворюватися на критика, циніка» [5, с. 206].

Цитовані фрагменти пояснень сутності дванадцятого постулату повною мірою теоретично обґрунтовують верифікацію явища когнітивної обмеженості термінологічних систем, що функціонують у телепросторі та руйнують соціальні комунікації. По-перше, ми передбачаємо, що комунікант, не зрозумівши до кінця телеінформацію, яка була закодована в термінах різних терміносистем, що функціонують у випусках теленовин чи в політичних телевізійних ток-шоу, і маючи сумнів, недовіру до інформації, звертається до найближчого соціального оточення (рідних, друзів, колег, сусідів тощо). Останні тією або іншою мірою суб'єктивно розтлумачують комунікаторові сутність інформації. Отже, явище когнітивної обмеженості різних терміносистем, що функціонують у телепросторі, певною мірою нівелюється. По-друге, прагнучи підсвідомо убезпечити себе (з екзистенційних міркувань) від цинізму, захищаючи своє природне право на власну точку зору і позицію щодо сприйнятої інформації, боячись «зради самому собі та омани» [5, с. 206], комунікант долає когнітивну обмеженість різних терміносистем самотужки і налагоджує власними силами напівзруйновані телебаченням соціальні комунікації.

Висновки:

1) теоретичним обґрунтуванням верифікації явища когнітивної обмеженості (на прикладі термінологічних систем, що функціонують у телепросторі) можуть бути дванадцять постулатів масової комунікації, запропоновані професором В.В. Різуном;

2) залучення згаданих постулатів не може здійснюватися повною мірою без урахування специфіки явища когнітивної обмеженості терміносистем, що функціонують у телепросторі;

3) однією із специфічних рис згаданого явища є те, що телепростір із його інформаційними потоками виконує різні функції у суспільстві, яке виступає в ролі аудиторії, тобто – об'єкту в діаді «суб'єкт–об'єкт».

Перспективи подальших розвідок. Вважаємо за доцільне у подальшому детально дослідити методологічні умови функціонування явища когнітивної обмеженості термінологічних систем, що використовуються в телепросторі України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутиріна М.В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі: монографія / М.В. Бутиріна. – Дніпропетровськ.: Слово, 2009. – 368 с.
2. Иванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации / В. Ф. Іванов. – У 3-х ч. – К.: Центр Вільної Преси, 2009 – Ч. ІІІ: Теории и модели массовой коммуникации: монография. – 2009. – 330 с.
3. Квіт С. Масові комунікації: [підруч.] / С. Квіт. – К. : Вид. дім. «Києво-Могилянська академія», 2008. – С. 61-68.
4. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації: навч. посіб. / З. В. партико. – Львів: Афіша, 2008. – С. 40-52.
5. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. [для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація»] / В.В.Різун. – К. : Видав. центр «Просвіта», 2008. – С. 202–206.
6. Різун В.В., Скотникова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: [навч. посіб.; 2-е вид., перероб. і доп.] / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – К. : Преса України, 2008. – С. 17–97.
7. Телепередгляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: http://telekritika.ua/page/ratings/
8. Холод О.М. Інмутація у масмедіа: монографія / О.М.Холод. – К.: Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2006. – С. 9.
9. Холод О.М. Зібрання наукових праць : у 10 т. / О. М. Холод. – Кривий Ріг: Українська асоціація психолінгвістів, 2008. – Т. 5 : Психолінгвістика та соціальні комунікації. – 2009. – 272 с.