

В. М. ВЛАДИМИРОВ

НАПРЯМИ ОСУЧАСНЕННЯ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

 LIVE



QUI COGITAT IS EST QUI EST
ХТО МИСЛИТЬ - ТОЙ ІСНУЄ

19:45



PRAEMONITUS - PRAEMUNITUS



ПОПЕРЕДЖЕНИЙ - ЗНАЧИТЬ ОЗБРОЄНИЙ



PRAEMONITUS - PRAEMUNITUS



В.М. ВЛАДИМИРОВ

**НАПРЯМИ
ОСУЧАСНЕННЯ
ТЕОРІЇ
МАСОВОЇ
КОМУНІКАЦІЇ**

Монографія

Київ, 2023

УДК 070:001.5]:316.77]](02)

B57

Рецензенти:

Різун В.В., доктор філологічних наук, професор, директор Навчально-наукового Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Іванов В.Ф., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Касьянов В.О., доктор технічних наук, професор кафедри теоретичної механіки Національного авіаційного університету.

Рекомендовано до публікації Вченою радою

Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, протокол № 6 від 12 грудня 2023 р.

Владимиров В.М.

B57 Напрями осучаснення теорії масової комунікації: Монографія. Київ : Видавництво "Наукова столиця", 2023. - 209 с.

ISBN 978-617-7649-77-8

Монографія написана відомим дослідником фундаментальних проблем теорії масової комунікації, професором Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктором філологічних наук (журналістика) Володимиром Михайловичем Владимировим. Ним запропонована, на місці відомої нам теорії масової комунікації, нова наукова структура з шести окремих теорій: Мала піраміда і Велика піраміда. Висвітлено і новітні проблеми вітчизняної та світової науки про масмедіа, пов'язані з запровадженням до цієї сфери штучного інтелекту, швидким розвитком квантових комп'ютерів і настанням, внаслідок цього, нової епохи в історії медіа і всього суспільства.

Видання призначене для науковців, викладачів і студентів університетів зі спеціальності "Журналістика і соціальна інформація" та для всіх, хто цікавиться фундаментальними проблемами управління масовою свідомістю та революційними змінами у сучасних медіа.

УДК 070:001.5]:316.77]](02)

ISBN 978-617-7649-77-8

УДК 070:001.5]:316.77]](02)

© В.М. Владимиров, текст, 2023

© Наукова столиця, 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ I. Необхідність осучаснення теорії масової комунікації.....	14
1.1. Класичні знання vs новітні явища у медіасфері	14
1.2. Передбачення радикальних змін у теорії масмедіа.....	41
1.3. Термінологічні проблеми оновлення медіазнань	68
Розділ II. Ресурси осучаснення класичної медіатеорії.....	72
2.1. Наукознавчі можливості оновлення класики: мета і межа.....	72
2.2. Структурологічна необхідність модернізації медіатеорії.....	110
2.3. Суспільствознавчі виклики створення оновленої теорії.....	133
Розділ III. Перехід від дискурсу через медіадискурс до Інтердискурсу	142
3.1. Застарілість сучасного розуміння дискурсу.....	143
3.2. Нові реалії медіадискурсу в оновлюваній теорії медіа.....	146
3.3. Інтердискурс як новий інструмент дослідження медіасфери...150	
Розділ IV. Структури і системи осучасненої теорії масової комунікації..	154
4.1. Модернізація теорії масмедіа як системи та структури.....	154
4.2. Зведення п'яти теорій у єдину надтеорію: Мала піраміда.....	163
4.3. Оновлена надтеорія як цілісність: Велика піраміда.....	176
Розділ V. Перспективи взаємодій нової надтеорії.....	182
5.1. Горизонтальні зв'язки п'яти основних теорій-компонентів.....	184
5.2. Вертикальні залежності основних теорій	188
5.3. Зовнішні можливості оновленої медіатеорії	192
Висновки	204

ВСТУП

Початок 2020-х років приніс у світ масової комунікації та й у світ в цілому разючі, революційні зміни. Їхні ознаки - стрімкий. За кілька років, розвиток штучного інтелекту, наближення впритул до створення квантових комп'ютерів та початки квантового мислення з його не знаними раніше причиново-наслідковими зв'язками.

У світі медіа вже настали і швидко зростають технічні, технологічні, а за ними і соціальні та суто професійні зрушення, які нагадують за розмахом і наслідками ті, які сталися після винайдення друкарства або телебачення.

Але нинішні - виявляються більш глибокими, їхні наслідки - більш значущими, вони можуть змінити до невпізнаності і фізичний, і ментальний світи, у яких ми жили досі.

ґрунтовному оновленню піддаються природничої науки. Там з'явилася і перейшла на провідні позиції квантова фізика. Вона пояснює і пропонує до використання субатомний світ, де не діють відомі нам закони й причиново-наслідкові зв'язки, а діють якісь інші, ще невідомі достеменно.

Нові знання потягли за собою оновлення в інших науках. Хімія, біологія, астрономія та інші змушені переглядати системи своїх знань.

Деякі фахівці з квантової фізики та штучного інтелекту ставлять питання про те, що й гуманітарні науки мають впустити до себе квантовість як наукову реальність нової епохи, як спосіб мислення та як інструмент дослідження.

Виникає запитання, чи це стосується і наук про масову комунікацію.

Будь-яка наука спирається на минуле, працює в сьогоденні і мусить пильно вдивлятися у прийдешнє та готувати сучасників до його настання.

Це стосується і нашої науки.

Виходячи з цього твердження, ставимо запитання: у якому розумінні ми можемо стверджувати про необхідність оновлення існуючої теорії масової комунікації?

Ця теорія являла собою і донині явно лише за собою нашу головну наукову цінність.

Як і будь-яка інша галузь науки, вона має у своїй основі історичний досвід. У цьому є важлива складова її цінності. У нас це досвід біблійних пророків (профетизм), жерців вавилонського Мардука або давньоєгипетського Осіріса, десятків античних риторів та їхніх теоретиків Демосфена, Аристотеля, Цицерона, Квінтіліана. Це і напрацювання сотень християнських проповідників, екзегетиків та богословів, від авторів Нового Заповіту та Тертулліана до св. Августина, св. Антонія, св. Фоми. Тут доречно згадати і арабських

мутазилітів. Вже прямими нашими попередниками були численні хронікери та літописці. Ренесанс та епоха Просвітництва (Ф. Бекон, Н. Макіавеллі, Т. Гоббс, Дж. Локк та інші) внесли свої здобутки як до практики, так і до наук про вплив на масову свідомість. Нові підстави для наукового прогресу дало винайдення Й. Гутенбергом змінних літер та друкарства.

Наша класична теорія почалася з настанням дійсно масової комунікації на рубежі XIX та XX століть із винайденням машинного набору літер та ротаційного друку. Це були відкриття Айві Лі, книжки Е. Льобла, Уолтера Ліппмана, Едварда Бернейза. Відомим є зауваження стосовно президента США Вудро Вільсона, що він “керує країною з перших полос газет”.¹

А з настанням ери масового телебачення і надзвичайним на той час посиленням масмедіа було створено класичну теорію масової комунікації - зусиллями В. Шрамма, Г. Лассвелла, П. Лазарсфельда, Р. Блюма, згодом М. МакЛюена.

В Україні цю роботу розпочав у 1970-ті Д.М. Прилюк, продовжив і розвинув за нових історичних умов у 1990-ті А.З. Москаленко, далі її розвинули і довершили В.В. Різун, В.Ф. Іванов та їхні численні колеги.

Створена всіма попередниками нинішня теорія масової комунікації дає нам здатність і вміння пояснювати те, що відбувається у межах нашого просторово-часового континууму розуміння-інтерпретації-творення-поширення.

Ця її особливість лишає за теорією її потрібність для практичної діяльності людей, їхніх об'єднань та й людства в цілому.

Але її пояснювальна потенція в останні два десятиліття поволі втрачає свою силу.

До цього приводить очевидне відставання нашої науки від революційних подій у світі масової комунікації. Вони відбуваються з набуттям інтернет-медіа своїх надпотужностей (цифровізації), а тепер і з стрімким розвитком штучного інтелекту в масовому спілкуванні, наближення появи квантових надпотужних комп'ютерів та появи ідеї розуміння квантовості не лише фізичного, а й інтелектуального світу,

Отже, нам необхідно по-інакшому пояснювати, що саме відбувається у світі, де вже все розвивається по-інакшому. Перш за все, у нашому світі масмедіа.

Деякий досвід у нашої науки стосовно реагування на революційні зміни є. Породило цю класичну теорію набуття газетами справжньої масовості - від 600 примірників перших

¹ Айві Ледбеттер Лі. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B9%D0%B2%D1%96_%D0%9B%D0%B5%D0%B4%D0%B1%D0%B5%D1%82%D1%82%D0%B5%D1%80_%D0%9B%D1%96

газет початку XVII ст. або 25 тисяч часів Наполеона та до сотень тисяч і мільйонів на межі XIX та XX століть.

Початок наступної епохи, ще чорно-білого, але вже масового телебачення (ери МакЛюена) означав поступовий занепад друкованої преси, тобто завершення “ери Гутенберга”. Нині мало хто читає паперові газети. Та епоха закінчилася:

“ Остання газета у світі може з’явитися... в 2043 р. Спитаєте, звідки це відомо? Точну дату “смерті” газеті пророкує німецький дослідник Філіпп Майєр у своїй книжці “The Vanishing Newspaper” (“Зникаюча газета”).” ²

Їй на заміну, з поширенням у світі масового глобального телебачення, прийшла епоха МакЛюена. Та через тридцять-сорок років закінчилася і вона. Ще у 2004 році я побачив, працюючи у США, що в помешканнях американців немає телевізорів. Є великі кіноекрани, монітори комп’ютерів, а телеприймачів немає.

Сьогодні мої студенти-журналісти на запитання: “Чи ви дивитеся телевізор?”, - знизують плечима: “Ні! А навіщо?”.

Так еру МакЛюена замістила ера інтернету.

Але тепер і вона, перебуваючи у розквіті, починає завершуватися.

Дедалі чіткішими є ознаки того, що її заміщає ера штучного інтелекту.

Фактично вона вже настала.

І це не наше ствердження, хоч ми і поділяємо таку оцінку.

21 березня 2023 року один із батьків-засновників інтернет-епохи Білл Гейтс виголосив висновок історичного значення:

“Ми вже живемо в епоху штучного інтелекту”.

Це і є нова реальність.

Для її описання не може бути достатньо старої теорії часів телебачення і навіть цифрових медіа - надто різючі відбуваються у нас зміни.

Класична теорія масової комунікації пояснити їх повною мірою не може. Може лише частково, щодо її основних положень.

Але цього явно замало.

Головна причина і ознака наукової кризи існуючої теорії масової комунікації полягає в тому, що віднедавна вона почала втрачати свою пояснювальну і передбачувальну силу за цих нових умов.

² Миронюк Д.І. Концепція друкованого виання, або коли “помре” остання газета? // Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник / за ред. В. В. Різуна; КНУ імені Тараса Шевченка. — К., 2013. — Т. 50. — Січ.—берез. — 2013. - С. 41.

Для науки це становить небезпеку втрати сенсу свого існування.

У науці є нормальний стан, коли старе в ній відмирає, звільняючи місце новому. Так було, коли класична фізика перетнула межі атомного світу і створила ядерну фізику, а потім перейшла і цю межу й увійшла до світу квантового. Вже навіть ведуться розмови про існування позаквантового світу.

Щось подібне має відбуватися і на теренах іншої науки.

Її треба оновлювати, осучаснювати - цього вимагають нові відкриття, по суті - нова реальність, яка починає досить швидко являти себе в світі масмедіа.

При цьому мова в нас має йти не про створення цілковито нової теорії, і тим більше не про відкидання класичної теорії.

Науковий пошук теоретиків нині, на нашу думку, має бути спрямований саме на оновлення, модернізацію, осучаснення класичної теорії, як вона існувала протягом останніх 70 років і довела свою істинність і достатність як для тогочасних умов.

Але вона показала в останнє десятиліття і необхідність її оновлення.

Для такого процесу важливим є широкий науковий дискурс. Адже не сама масова комунікація оновилася. Оновлюється все суспільство, увесь стан і плин майже всього сучасного світу - англосаксонського, романо-германського, арабсько-мусульманського, індійського, китайського тощо. Штучний інтелект поволі проймає всі країни, усі верстви населення.

Необхідність революційного оновлення нашої науки має ознаки нагальної вимоги, без задоволення якої неможливо ані адекватно усвідомлювати реалії сучасного світу масмедіа і всього навколо них, ані передбачати події прийдешнього, а без цього наша теорія втрачає свою цінність.

Наукова гіпотеза. На самому початку маємо констатувати, що сучасна наукова думка як на загал не наважується впритул братися за висвітлення таких новітніх і вкрай перспективних для нас явищ, як входження у світ медіа штучного інтелекту і початки застосування квантових технологій і перших комп'ютерів цього нового покоління. Дивним є і зворотня думка: вчені інших наук, які створили і розвивають штучний інтелект, не переймаються проблематикою масмедіа, хоча очевидним є провідна роль нових можливостей саме у світі масового спілкування.

Власне, ретельний розгляд того, що ми називаємо класичною теорією масової комунікації, показує, що її як єдиної теорії як такої нема. Є велика кількість різноманітних поглядів, окремих теорій різних авторів, у яких більш чи менш повно описано окремі фрагменти того, що ми називаємо масовою комунікацією. Є спільно визнані корінні

положення, їх ми і будемо надалі називати терміном “класична теорія масової комунікації”, або КТМК.

Досі вважалося, що “комунікація” і “спілкування” - це синоніми. Нижче за текстом нам доведеться піддати таке твердження критиці і розвести ці два поняття, а далі користуватися терміном “масове спілкування”.

Важливим є вказати, що ця класична теорія була створена у вузько обмеженому часовому періоді - в десятиліття масового поширення телебачення в середині 1950-х та на початку 1960-х років. Окремі положення додавалися у 1970-х роках.

У такому становищі немає нічого дивного або неприйняттого. На відміну від точних та природничих наук - гуманітарні знання створювалися інакше. Скажімо, у філософії (наводимо її тут як приклад знань не природничих і не точних) немає, після двох тисячоліть розмірковувань, єдиної цілісної теорії. Є сотні філософських систем, розділених від самого початку на ідеалістичну теорію Платона та на матеріалістичну систему Аристотеля, які пояснювали світ із цілком протилежних позицій. А далі ці дві течії розгалужувалися на величезну кількість більш чи менш глибоких та широких варіантів пояснення основних законів існування природи, суспільства і людини, і їхня кількість приблизно дорівнює кількості вчених, які ці системи вибудовували.

У попередніх монографіях ми доводили, і, судячи з реакції наукового середовища, довели, що масова комунікація є однією з фундаментальних наукових дисциплін, оскільки її предметом є все. Всі люди у своїй масі спілкуються всіма способами і про все, а власне масова комунікація (користування каналами загального спілкування) є лише інструментарієм у цьому всесвітньому спілкуванні.

Фундаментальний характер цієї теорії ми раніше обґрунтували в такий спосіб:

“Класикам філософії належить вислів: “Людину створила праця”. Двадцять років тому автор розвинув його у такий спосіб: “А людство зробила комунікація”³.

Тепер, у реаліях нашого часу, маємо розвинути цю думку.

Масова інтернет-комунікація створила людство іншого ступеня розвитку. Із розвитком штучного розуму ці зміни різко пришвидшилися, поглибилися і вже набувають всесвітньо-історичного значення.

Вони навіть глибші та якісно інші, ніж ті чотири революції, які привели до появи масової комунікації, тобто поява слова, письма, друку та електронних засобів.

³ Владимиров В. М. Вступ до спеціальності „Журналістика”: підручник / За заг. ред. проф. В. В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2011. - С. 53.

Виникає питання, чи не відноситься нова епоха штучного інтелекту до четвертої фази?

Думаємо, що не відноситься, тому що при незмінності носіїв інформації-інтерпретації-емоцій радикально змінюються стосунки всередині самої електронної комунікації.

Скоріше можна дискутувати на теми того, що нові події розпочинають п'ятий історичний етап, у якому суб'єктом масової комунікації стає штучний інтелект із можливостями, що значно перевершують сумарні можливості людства.

Людина, і то кожна людина, від початку 2020-х років швидко втрачає свою суб'єктність. порушується необхідний для кожного і визначуваний кожним учасником комунікації баланс об'єктності та суб'єктності, він зміщується у бік зменшення суб'єктності для людини аж до її втрати. Це є баланс між бажаним і можливим (доступним), він присутній як за інтра-, так і за інтерперсонального спілкування.

А з іншого боку виникає загроза втрати і об'єктності, яка може перейти від людей до машин, до штучного інтелекту. Програми штучного інтелекту можуть почати спілкуватися між собою, впливати одна на одну, втративши інтерес до таких повільних, нелогічних істот, як ми.

Ось дані за кінець листопада 2023 року.

Вони стосуються саме масової комунікації, і саме проблем осучаснення її теорії.

“Починалося все зі створення "невеликої мовної моделі", у якій було всього лише 6 вбудованих векторів, а навчальна вибірка складалася лише зі 112 наборів. Але це була справжня мовна модель, що могла передбачити наступний знак у ланцюжку символів. <...> Професор Гінтон пояснює, що у великих мовних моделях зараз вже не 6 трильйонів синоптичних зв'язків, а нейромережа типу GPT4 знає значно більше, ніж будь-яка людина, навіть усі люди разом взяті. Вона буквально має глибші знання про геть усе на світі. І хоча у нейромережі трильйон синоптичних зв'язків, а в людському мозку більше як 100 трильйонів (за деякими даними – від 130 до 150 трильйонів), перевага не на боці людини. <...> Як тільки алгоритм на одній із машин "дізнається про щось нове", про це "дізнаються" всі 10 тисяч машин! Всі вони дуже ефективно комунікують, а головне – можуть "дізнаватися" в 10 тисяч разів більше, ніж одна машина.

Люди на таке не здатні. Якщо хтось багато дізнався про квантову механіку і хоче, щоб інша людина теж про це дізналася, буде потрібно дуже багато часу для передачі свого

нового знання, досвіду. **Для людини просто неможливо скопіювати інформацію у чийсь мозок. А для машин – так!** (виділено Р. Андрейком) “. ⁴

Переконливим доказом настання нової епохи в масмедіа є успішна штучна медійниця, кібер-інфлюенсерка Ліл Мікена:

“Ліл — не просто 19-річна дівчина з Каліфорнії, вона — CGI (англ. computer-generated imagery, тобто «зображення, згенероване комп'ютером»), створене лос-анджелеським стартапом Brud, що спеціалізується на штучному інтелекті та робототехніці. Згідно з TechCrunch, Brud підтримується такими венчурними компаніями, як Sequoia Capital, VoxGroup та SV Angel. <...> Ліл Мікела має все, щоб бути топовим інфлюенсером: від зовнішньої привабливості до філософських підписів до селфі. Ідеально сплановані пости та схильність ділитися корисними порадами – типова it girl, тільки повністю згенерована. Це не завадило світові моди зробити Мікелу іконою стилю. З нею співпрацюють Prada, Balenciaga та Balmain, вона з'являється на сторінках Vogue та V Magazine. Журнал Time кілька років тому навіть додав її до топ-25 найвпливовіших людей в інтернеті, хоча людиною вона не є”. ⁵

Показовою є історія людиноподібного робота Софії, чий портрет ми вмістили на обкладинці цієї монографії.

“Вона стала дружньою зі світом, дала численні інтерв'ю ЗМІ, співала на концерті та прикрашала обкладинку одного з найкращих модних журналів. Одне з її інтерв'ю сформувало мільярди думок і взаємодію соціальних мереж. Вона також показала свій потенціал у бізнесі, зустрівшись із ключовими керівниками різних галузей, у тому числі банківської діяльності, страхування, автопрому, розвитку власності, засобів масової інформації та розваг. До того ж, вона з'явилася на сцені як член групи та на конференціях високого рівня як ведуча, розкриваючи питання про те, як робототехніка та штучний інтелект стануть поширеною частиною життя людей”. ⁶

Більше того: Софія отримала громадянство Саудівської Аравії, яка “стала першою країною, що надала громадянські права роботі. Після того як Софія отримала паспорт і громадянство, вона виступила з офіційною заявою на конференції Future Investment Initiative. Одразу після цього виступу Софія дала інтерв'ю журналісту CNBC Ендрю

⁴ Андрейко Р. Епоха нових можливостей чи крок у прірву: чи стане ІІІ для людства стрибком у майбутнє. URL : https://24tv.ua/rozvitok-shtuchnogo-intelektu-tse-epoha-novih-mozhливostey-krok_n2437306

⁵ Див. : URL : <https://www.forbes.ru/forbeslife/488423-budusee-social-nyh-media-kak-iskusstvennyj-intellekt-menaet-pravila-igry>

⁶ Див.: URL : <https://web.archive.org/web/20171119013425/http://www.hansonrobotics.com/robot/sophia/>

Соркіну. Вона заявила, що вважає величезною честю отримання громадянства і в майбутньому планує жити і працювати разом з людьми”.⁷

Це, зауважимо, події 2017-2018 років. З того часу багато що в цій царині змінилося, рушило вперед.

Пошукова машина Google видає десятки текстів про те, як штучний інтелект виконує роботу журналістів, і як це добре, і як це погано.

Такою вже є змінена медіареальність.

Тому наша теорія має рішучо оновитися, щоб по-сучасному розуміти актуальні зміни, переходи, тенденції, відкидання старих станів, появу нових і їхню сутність. Це саме для того, щоб зробити висновки, як бути медійникам і всім людям як нашій аудиторії, що робити, як реагувати на ці абсолютно нові виклики, щодо яких у нас немає історичного досвіду.

Тому **мета** нашого наукового дослідження – розпочати оновлення класичної теорії масової комунікації відповідно до змін сучасного світу і, зокрема, світу масмедіа.

На підставі визначеної мети сформульовані наступні **завдання** дослідження:

- запропонувати напрями подальшого розв'язання фундаментальних проблем сучасної теорії масової комунікації як такої, що лишається актуальною для діяльності у сфері масмедіа, але потребує осучаснення;

- обґрунтувати гіпотезу про те, що треба оновити, розширити поняття “масова комунікація”. Відповідно до значення поняття “комунікація” як передавання, ця теорія мусила б мати своїм предметом саме передавання, і тільки передавання, - готового послання від комунікатора до масової аудиторії. Насправді наша діяльність набагато ширша від просто передавання. Тому, виходячи від предмету нашої діяльності, має бути створена більш розлого наукова структура, у ній слід виділити “теорію створення послання” як результату творчої діяльності медійників, який може бути переданий через масову комунікацію;

- висловити і обґрунтувати припущення, що ця теорія створення послання може бути складена з трьох компонентів: теорії масової інформації, якої досі не існує, теорії масової інтерпретації, вже створеної, та теорії масових емоцій, яка зараз вже створюється. Їм мають наслідувати теорія масової комунікації, яку маємо готову, і теорія масової верифікації, тобто визнання кожним з масової аудиторії остаточного рішення щодо отриманого послання.;

⁷ Saudi Arabia gives citizenship to a non-muslim, english-speaking robot. URL : <https://web.archive.org/web/20171108055113/http://www.newsweek.com/saudi-arabia-robot-sophia-muslim-694152>

- поставити як наукове питання про необхідність дослідження можливостей і небезпек, що несуть до медіасфери штучний генеративний інтелект, квантові комп'ютери та поєднання їхніх можливостей (з початком створення квантового інтернету), що розпочали революційні зміни не лише в медіасфері, а й у цілому суспільному житті:

- висловити припущення, що, в результаті революційних змін останніх років у журналістиці, рекламі та PR, сфера масмедіа поступово явить нову реальність, яка потребуватиме цілковито нових наукових підходів і призведе до створення (на місці нинішньої теорії масової комунікації і в результаті її осучаснення) надтеорії з можливою назвою "теорія взаємодії з масовою свідомістю". Можлива назва "...з масовою аудиторією", можливі обидві назви окремо, такі окремі теорії мали б різні предмети своєї діяльності;

- зробити спробу дослідити, якими можуть бути стосунки як між новими теоріями всередині надтеорії, так і назовні, зокрема з філософією, філософською лінгвістикою, семіотикою, соціальною психологією тощо;

- запропонувати, на розвиток теорії дискурсу, поняття "інтердискурсу" як стосунків між різними дискурсами в потоках масової комунікації. Ми визнаємо коректність такого визначення: "Дискурс це текст, занурений у життя". Цього вистачить для філології. Але множинність дискурсів, притаманна масовій комунікації, "текстів, одночасно занурених у різне життя", вимагають нового терміну саме для нашої науки, і нам здається можливим запропонувати для обговорення таке поняття як "інтердискурс".

Об'єкт дослідження монографії - революційні зміни в медіасфері та в науці про масмедіа, що виникли внаслідок входження в ці сфери глибинного штучного інтелекту та квантових комп'ютерів. Вони вже змінюють змісти понять і термінів КТМК внаслідок входження до світу масмедіа штучного інтелекту. Зокрема, необхідно по-новому осмислити природу і значення джерел інформації, способів і шляхів отримання і омасовлення інформації, а також чинники, способи, умови розгортання по-новому пізнавально-перетворювальної діяльності в просторі масмедіа і в науці про них;

Предмет дослідження – нові, пов'язані з ШІ, процеси появи масової інформації, її інтерпретування, управління масовими емоціями, подальшого комунікування на масову аудиторію готового послання та його остаточної верифікації - і це в умовах активної співпраці та конкуренції зі штучним інтелектом, підсиленням квантовими комп'ютерами;

Усе це має бути досліджене з використанням нового наукового інструментарію, який з'явився в масовій комунікації епохи штучного інтелекту під назвою "квантового мислення" і, ймовірно, може бути застосоване до практичної та дослідницької діяльності у медіасфері.

Серед них особливу увагу привертає квантовість як відкриття фізиків -але, можемо посплатися на праці відомих вчених, вона може стосуватися і свідомості, і масової свідомості, і медіасфери.

Вона як особливий спосіб мислення розгортається спочатку в індивідуальному ідеальному, духовному просторі людини як джерела інформації, потім - іншої людини як медіа, тобто як посередника, а вже потім отримувача, багатьох отримувачів і в груповій, і в соціальній, і в масовій свідомості.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети були використані методи дослідження як змісту, так і форми новітніх явищ у сфері масмедіа. Оскільки досліджуються фундаментальні процеси практичної та наукової медіадіяльності, то аналіз базується на діалектичних філософських засадах. Використовуються методи дослідження онтологічного, гносеологічного, логічного, герменевтичного рівнів проблем. Їх використання виникло як реакція на стрімке запровадження штучного інтелекту в ЗМІ і поступове просування квантових комп'ютерів як інструменту та квантовості як методу практичної діяльності й наукового осмислення новітніх явищ та процесів.

Широко застосовані загальнонаукові методи теоретичного дослідження – системний, структурний (оновлення вже описаної спіралеподібної структури переходу індивідуального розуміння у масове), функціональний, методи моделювання (створення моделі взаємодії з ШІ в масмедіа). Були використані в монографії також методи аналізу й синтезу, аналогії.

Більш конкретні наукові методи, хоч і послужили методологічним фоном дослідження, лишилися, через обмежені рамки монографії, за межами її тексту.

До методів конкретнонаукових (напр., моніторингу) були долучені методи міждисциплінарного дослідження, що виявилось у взаємозбагаченні методів філософських, філологічних, семантичних, семіотичних та власне наук про медіа.

РОЗДІЛ I.

НЕОБХІДНІСТЬ ОСУЧАСНЕННЯ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Класичні знання vs новітні явища у медіасфері

Світ масової комунікації вступив у нову історичну епоху.

Далі детально розглянемо її основні риси.

Але спочатку нагадаємо, що їй передуює.

Масова комунікація далеко не одразу стала дійсно масовою. Тиражі перших газет Страсбурга та Аугсбурга на початку XVII ст. не перевищували 600 примірників. У часи Наполеона, коли до друкарського верстата припасували парову машину, вони піднялися до 25 тисяч. А в кінці XIX століття сягнули мільйонів примірників - внаслідок кількох причин, серед яких є і винайдення машинного набору літер (лінотипа), ротаційного друку, розвитку міст-мільйонників з аудиторією, готовою такі тиражі купувати.

У ці ж часи і внаслідок цього почалася робота з дослідження масової комунікації. Про це ми писали у статті про книжку доктора Еміля Льобла "Культура і преса" 1905 року видання у Львові як перекладу з німецької на польську.⁸

Починаючи від 1930-х років, від початків радіомовлення, але особливо в середині 1950-х, із поширенням масового телебачення, нові реалії сфери масової комунікації почали відтісняти класику епохи Гутенберга, тобто, у даному контексті, друкованої періодики.

Зміна цивілізаційних епох почалася із середини 1980-х. Стрімке зростання мережі Інтернету, кількості електронних видань та їх користувачів вже привели до рішучих змін у світі соціальної комунікації. Але ми є лише на початку цієї епохи, яку у світі вже назвали інформаційною.

Нині очевидним є вплив цих змін на хід революційного оновлення старої доброї журналістики, так само як і реклами та PR, та зворотній вплив оновлюваних медіа на цивілізаційний розвиток.

У попередні десятиліття поява й широке поширення інтернету вже змінили до невпізнаваності світ масмедіа і людей стосовно нього.

⁸ Владимиров В.М. Погляд на пресу з відстані ста років (до 100-річчя виходу у світ книжки д-ра Е. Льобла "Культура і преса"). URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1444>

Тепер іде новий етап інформаційної революції. Його ключове слово вже не “інтернет”, тепер це - “штучний інтелект”.

(Чи можемо ми передбачити, яким буде слоган наступного етапу?).

Десятки сайтів на основі ІІ пропонують сьогодні написати текст будь-якого змісту: стаття наукова, проблемна, розважальна, іміджева, будь-яка ще, виконання домашнього завдання, огляд, аналіз, дослідження. Рекламні тексти, пресрелізи тепер можна не писати годинами або й днями: дав машині замовлення - і через лічені секунди текст готовий. Те саме з фото, відео, музикою.

Щомісяця виникають нові програми ІІ з щоразу більшими можливостями і потужностями.

Тому потрібно весь час придивлятися, у якій саме точці цього шляху ми перебуваємо нині і якими є чільні тенденції в перебігові подій. На цих теренах саме нові реалії життя вплинули на наше ставлення до класичної теорії масової комунікації.

Що в ній має статися так само революційного, щоб змінитися відповідно до появи такого нового в медіасвіті? Що ми маємо там створити всі разом?

Філософ науки Т. Кун, розмірковуючи з приводу того, як відбуваються наукові революції, висловився так:

“Ці три класи проблем — встановлення значних фактів, зіставлення фактів і теорії, розробка теорії — вичерпують, на мою думку, поле нормальної науки, як емпіричної, і теоретичної”.

До думок Томаса Семюела Куна треба поставитися серйозно: “Стенфордська філософська енциклопедія називає Куна одним із найвпливовіших філософів науки ХХ століття, можливо, найвпливовішим. Його книга «Структура наукових революцій» є однією з найцитованіших наукових книг за всю історію науки. <...> Величезний вплив, який справило дослідження Куна, можна оцінити за тією революцією, яку вона спровокувала навіть у тезаурусі історії науки”.⁹

Візьмемо до уваги і погляди українського професора О.К. Мелещенко. Він додав свій внесок у осмислення інтернет-епохи, навіть розширивши свій пошук поза межі нашої країни в монографії “Комп’ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України у світовий інформаційний простір”. Його заслуга у тому, що він

⁹ Див.: URL :
<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D0%BD,%D0%A2%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%81>

“приземлив” погляди Т.С. Куна на вітчизняні реалії, вказавши напрями оновлення нашої теорії за новітніх на той час умов інтернет-медіа.¹⁰

Виникає питання: чи те оновлення КТМК, яке ми тут розпочинаємо, буде мати масштаб наукової революції, - чи це буде просто оновлення дещо застарілих поглядів?

Остаточну нашу пропозицію ми сформулюємо в кінці цієї монографії.

Поки що можемо сподіватися, що результатом наших міркувань стане і не те, і не інше: першого замало, а друге - не під силу одному досліднику. Тут потрібні зусилля цілого колективу науковців, об'єднаного у форматі єдиного центру.

Від початку зазначимо, що, попри такі значні зміни на початку 2020-х років у предметі теорії медіа - нічого по суті не змінилося у самій теорії.

Які революційні зміни в сфері медіа і в житті суспільства почалися в останні роки?

Як відомо, класична схема обміну інформацією в суспільстві передбачає наявність відправника, посередника та отримувача інформації.

На цьому стоїть класична теорія масової комунікації. Це лежить в основі усіх доробків творців класичної теорії МК, авторів відповідних теорій, яких є понад сто.

Але нам тут немає місця для розвідок їхніх доробків. Це робилося до нвс -крім того, це вже не має особливого значення: вони внесли свій внесок в історію науки і з цим відійшли в цю історію.

Щоб нагадати масштаби їхніх внесків, наведемо вислови Деніса МакКвейла, у чийх творах дано, на наш погляд, найбільш концентровано всі відомі теорії та їхні основні риси і висновки. Робота датована 1983 роком, коли всі основні риси і здобутки класичної теорії вже визріли, були опубліковані і визнані за адекватні.¹¹

Ця книжка визначена видавцями в такий спосіб: це - “Основний підручник із теорії комунікації”.

Далі даємо розлогу цитату, щоб краще зрозуміти, до оновлення чого ми беремося й що саме маємо зберегти в оновленій теорії.

“Деніс МакКвейл пропонує жвавий, елегантно організований і вичерпний огляд способів, якими масова комунікація розглядається науковцями. Це показ багатства мислення в цій галузі. Він показує величезне коло досліджуваних питань і поставлених запитань, поширення шкіл, підходів і тенденцій. МакКвейл збирає це нагромадження матеріалу в зрозумілий, легкий для дотримання підручник для студентів усіх рівнів вивчення масової комунікації.

¹⁰ Мелешенко О.К. Комп'ютерні і телекомунікаційні технології як гарант інтеграції журналістики України в світовий інформаційний простір / О. Мелешенко. - К. : Інститут журналістики, 1998 - 200 с.

¹¹ McQuail Denis. Mass Communication Theory: An Introduction, Том 10 URL: https://books.google.pl/books/about/Mass_Communication_Theory.html?id=SgliAAAAMAAJ&redir_esc=y

Він оглядає:

- способи визначення засобів масової інформації
- теорії їх функції та призначення
- погляди на організаційні структури та процеси ЗМІ
- контент-аналіз та інші методи інтерпретації змісту медіаконтенту
- теорії про те, що таке аудиторія і що вона робить.

Теорія культивування, традиційна соціологія, класичний марксизм, Франкфуртська школа, теорія «гегемонії», радянська теорія ЗМІ, підхід до використання та задоволення, теорія розвитку ЗМІ, теорія вільної преси, організаційна теорія — все це та багато іншого описано та поміщено в історичний та теоретичний контекст.

Численні рекомендації Д. МакКвейла допоможуть кожному, хто цікавиться масовою комунікацією і береться до ключової роботи в цій галузі. Діаграми, карта теорії медіа, резюме, покажчики та інші функції допоможуть новим студентам утримувати всі окремі напрямки в галузі”.¹²

Ось так виглядає класична теорія (точніше, її головні складові) від Д. МакКвейла в її інтегруючому значенні для понад сотні більш фрагментарних за предметами дослідження та за висновками теорій інших авторів.

“Для зручності організації МакКвейл організовує теорії процесів медіа-ефекту або масмедіа та соціальних змін у нових, чітких рамках. Він прагне представити всі основні теорії в рамках єдиної інтегративної структури.

Його діапазон: надзвичайний організаторський подвиг МакКвейла охоплює теорії з усіх основних підходів до комунікації з усього світу. Його книга стане в нагоді в різних культурних і національних умовах.

Його ретельність: McQuail надає понад 300 посилань, які допоможуть нашим студентам знайти першоджерела. Кожна теорія не тільки описана, подані її джерела та історія, а й досліджуються її наслідки та інтелектуальний контекст. Консensusним теоріям надається однакова вага з більш суперечливими, критичними розуміннями. Стикаючись з суперечками, він зберігає справедливість.

Його валюта: останні дослідження виражені у формі теоретичних положень. Обговорюються нові підходи, які не розглядаються в інших підручниках: перегляд

¹² Там само.

функціональної теорії, поняття нових “публічних визначень” і перегляд “чотирьох теорій преси”.¹³

“Інші унікальні особливості: ретельний аналіз теорій аудиторії. Питанням влади медіа та нормативним теоріям медіа в різних моментах відведено центральне місце.

Професор Деніс МакКвейл надає ретельний огляд історії, структури та процесів масмедіа, а також поглядів на них.

У першому розділі визначено терміни та проблематику вивчення масмедіа. У ньому також простежується розвиток засобів масової інформації з моменту появи перших газет у 17 столітті. МакКвейл відзначає походження, типові форми та застосування засобів масової інформації в різні часи. Потім він надає основу для розуміння різних підходів до вивчення масмедіа. Теорія масового суспільства, марксистські підходи різних типів, теорія, орієнтована на повідомлення, і теорія аудиторії та ефекту - є розглянутими перспективами.

Далі, у третьому розділі, досліджуються ідеологічні, політичні та культурні контексти, в яких діють засоби масової інформації, і які визначають функції ЗМІ.

Інституційні форми масової комунікації характеризуються в четвертому розділі.

У п'ятому розділі аналізується значення інформації, що подається ЗМІ. Різні види контенту, як-от новини чи художня література, розглядаються з різних теоретичних точок зору.

Розділ шостий описує альтернативні підходи до вивчення аудиторії, різні аспекти аудиторії, які вони вивчають, і висновки, до яких вони дійшли.

Розділ сьомий присвячений вивченню впливу та впливу ЗМІ. Описано різні наукові підходи до цього дослідження та наведено результати цього дослідження.

В останньому розділі розглядаються уроки вивчення масової комунікації для актуальних питань, таких як міжнародна комунікація та нові технологічні розробки”.¹⁴

Українською мовою ця книжка вийшла у Львові.¹⁵

Віддамо належне класичному дослідженню класичних теорій.

Однак помітимо одну важливу деталь.

І в цього автора, і в теоріях, ним розглянутих, і в інших, що лишилися за межами його книжки, до комунікації відносять те, чим власне комунікація як передавання чогось - не є. Усі описані ним теорії та й його власні висновки - не про комунікацію, точніше - не лише про передавання, та і майже ніхто з них не переймається власне передаванням, хіба що Шеннон та Вівер.

¹³ Там само.

¹⁴ Там само.

¹⁵ Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Деніс Мак-Квейл [пер. з англ.]. – Львів: Вид-во “Літопис”, 2010. - 538 с.

От парадокс: описані теорії масової комунікації не переймаються власне передаванням.

Ось зразок такого хибного ставлення від сучасного дослідника К. Пірса: масова комунікація - це “процес, за допомогою якого особа, група людей чи організація створює повідомлення (не передає, а створює - В.В.) та передає його через певний тип середовища великій, анонімній, неоднорідній аудиторії <...> Масова комунікація зазвичай асоціюється з дослідженнями засобів масової інформації (діяльність дорівнює науці? - В.В.)”.¹⁶

Те саме можемо прочитати в іншому англomовному тексті:

“Комунікативні дослідження — це академічне дослідження того, як люди створюють (! - В.В.) і використовують (!! - В.В.) повідомлення, щоб впливати на своє соціальне середовище”.¹⁷

Отже, тут до комунікації, тобто зв'язку і по ньому передавання - додаються і процеси створення того, що передається, і його використання, і навіть академічна наука про ці дії. Певна річ, це стосується і масової комунікації, оскільки вона по суті є великою масою суто індивідуальних комунікацій.

На нашу думку, тут треба внести термінологічну ясність. Те, що саме передається, має бути відокремлене від того, як це передається - і якими є результати цього передавання.

Перенесемо ці стосунки до простору інших комунікацій, наприклад, залізничних. Перевезення залізницею теж є комунікацією. Тут йдеться про колії, вагони, локомотиви. А що саме у вагонах, люди чи вантажі, і як з цим усім бути на станції призначення після вивантаження - залізничників не турбує. Їхня справа - перевезення.

Вернемося до нашої науки. До класичної теорії масової комунікації від самого початку було включено всі важливі і можливі ланки, від появи події чи авторського задуму до його втілення у посланні -і далі, через величезну кількість індивідуальних комунікацій до засвоєння масовою аудиторією і до результату цього засвоєння у вигляді соціальної дії або свідомої бездіяльності.

Як бачимо, термін “масова комунікація” виявляється набагато вужчим від змісту того, що він насправді означає.

Отже, для поняття “комунікація” слід лишити процеси передавання, а для всієї нашої справи потрібен новий, ширший термін.

Це питання треба обговорювати, разом знаходити потрібний термін.

Ми пропонуємо слово “спілкування”.

¹⁶ Pearce, Kevin J. (2009). "Media and Mass Communication Theories". Encyclopedia of Communication Theory. URL : doi:10.4135/9781412959384.n231

¹⁷ Communicology. URL : <https://academic-accelerator.com/encyclopedia/communicology>

До цього моменту ці два терміни були синонімами. Настав час їх розділити.

Власне, подібне питання було поставлене ще у 1988 році М.С. Каганом у його глибокій філософській книзі.¹⁸

Він відділив інформування від комунікації, а їх від спілкування. Останнє в нього і є вільний обмін новинами, думками, емоціями. Вочевидь, у ті часи, коли всі сиділи перед телевізорами і не мали змоги спілкуватися через телеекран з журналістами та коментаторами, такий висновок був правильним. В умовах розвинутого інтернету це змінилося. Тепер це міняється ще помітніше.

За умов, які складаються на початку 2020-х років, задача дотримання термінологічної дисципліни, виправлення неточностей у визначеннях неймовірно ускладнилася новими реаліями.

Ще в часи інтернету класична схема зазнала значних змін. Наприклад, у мережі інтернету стара і проста схема “автор-читач” деформувалася до іншої формули: “всі є автори, всі є читачі”

. У новітню епоху, зі становленням штучного інтелекту у сферах журналістики, реклами, піару, як і в інших, суміжних сферах, вона і зовсім починають спотворюватися до стану: “Автор - машина. Читач - людина”.

Однак ці зміни не зазнали вичерпно глибокого наукового аналізу ані в епоху розквіту інтернету, ані на порозі нинішньої історичної епохи. Мали місце лише окремі цікаві спроби наблизитися до поглибленого розуміння подібних змін.

Так, у Києві вийшла друком у 2012 році монографія Є.С. Цимбаленка “Наукове розуміння інформатизації у теорії соціальних комунікацій”.¹⁹

Вона значно просунула наукове осмислення актуальних на той час проблем, тобто на час становлення інформаційного суспільства на етапі початку його “мобільного” історичного етапу.

Вагомим внеском у справу осмислення мережевих масмедіа зробила київська професорка Л.М. Городенко у монографії “Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси”.²⁰

¹⁸ Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений URL : М.: Политиздат, 1988. — 319 с

¹⁹ Цимбаленко Євген Станіславович Наукове розуміння інформатизації у теорії соціальних комунікацій: Монографія / за наук. ред. проф. В. Іванова. — К.: Центр Вільної Преси, 2012. — 189 с.

²⁰ Городенко Л. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси: Монографія / Л. Городенко. - К.: Академія Української Преси., 2010. 172 с.

Дотичною до наших пошуків є й глава “Філософські характеристики мережевих інформаційно-комунікаційних ресурсів”. Авторка ніби підбиває підсумки досягнутого на той час - і водночас міркує про майбутнє:

“Саме на цьому етапі “діджиталізації” і виникають найскладніші для розуміння і сприйняття питання філософії мережевих комунікацій”.²¹

За понад 12 років з часу написання цієї книжки відбулися глибокі зміни, які досі не є вичерпно описаними, осмисленими, розробленими з потрібною ретельністю й глибиною.

До спроб концептуального оновлення КТМК маємо віднести доробок вченого з Дніпра В.Д. Демченка “Новітні парадигми вивчення теорії масової комунікації в Україні (до проблеми концептуальної революції)”. Але і тут сталося те саме як незрозуміле: надто рішучі зміни у самій сфері масової комунікації з часом чомусь применшили актуальність наукового осмислення проблем тогочасного етапу масмедійної революції. Наданий тут огляд літератури з теми не надає підстав для твердження про те, що в ті часи вже назріло визнання очевидних перемін як наукової революції - до чого ми нині наблизилися впритул.²²

У 2007 році було захищено докторську дисертацію Л.Ф. Компанцевої з назвою “Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти”.²³

Однак це дослідження належало до філологічних наук, було визначено, що “Інтернет-комунікація остаточно оформилася в нову галузь лінгвістичного знання”.

Слід також згадати наукову статтю професора О.В. Чекмишева “Характеристики нових медіа у контексті впливу на методологію їх дослідження” за 2010 рік.²⁴

Внеском у розвиток методології рішення проблем масмедіа став навчальний посібник доктора наук із соціальних комунікацій, українського професора Д.О. Олтаржевського “Цифрові комунікації”.²⁵

²¹ Там само. - С. 40.

²² Демченко В.Д. (2011), «Новітні парадигми вивчення теорії масової комунікації в Україні (до проблеми концептуальної революції)», Держава та регіони. Науково-виробничий журнал. Серія: Соціальні комунікації, вип. 2, доступно за адресою: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2010_2/files/SC210_05.pdf

²³ Л.Ф. Компанцева. Інтернет-комунікація: когнітивно-прагматичний та лінгвокультурологічний аспекти: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.02 / Л.Компанцева. — К., 2007. — 36 с.

²⁴ Чекмишев О.В. Характеристики нових медіа у контексті впливу на методологію їх дослідження. URL: https://www.academia.edu/31231941/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96_%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B8_%D0%86%D0%96_41_%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81_%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B1?email_work_card=thumbnail

²⁵ Олтаржевський Д.О. Цифрові комунікації. URL : https://www.researchgate.net/publication/369745009_Cifrovi_komunikacii_navcalnij_posibnik_iz_disciplini_Media_virobnictvo_promocia

Серед прикладів теоретично поглиблених досліджень інтернет-медіа слід назвати і статтю А.П. Захарченко “Загальні принципи аналізу інформаційних потоків у Інтернеті”.²⁶

І все ж фундаментальних зрушень в медіасвіті, викликаних настанням інтернет-епохи, вчені не помітили. А вони були - і тепер ми бачимо, що саме вони стали прелюдією до настання епохи штучного інтелекту.

Зарубіжна наука більш ретельно вдивлялася у зміни, які приніс до сфери масмедіа інтернет.²⁷

Однак результатом їхніх зусиль також не стало відкриття чогось якісно нового у нових на той час реаліях.

Загальний результат було висловлено у такий спосіб:

“Комп’ютерно-опосередковане спілкування (КОС) визначається як будь-яке людське спілкування, яке відбувається за допомогою двох або більше електронних пристроїв”.²⁸

Це визначення від класика-теоретика нічого не каже про відмінності того, що ми знали за часів панування радіо та телебачення.

“Хоча цей термін традиційно стосується тих комунікацій, які відбуваються через комп’ютерні формати (наприклад, обмін миттєвими повідомленнями, електронна пошта, чати, онлайн-форуми, служби соціальних мереж), він також застосовувався до інших форм текстової взаємодії, таких як обмін текстовими повідомленнями”.²⁹

Теж ми тут не бачимо заглиблення у сутність тих глибоких зрушень, які інтернет приніс у світ масмедіа.

Ті самі вади стосуються і інших напрямів наукового пошуку зарубіжних авторів у цій царині:

“Дослідження КОС в основному зосереджені на соціальних ефектах різних комунікаційних технологій, що підтримуються комп’ютером. Багато останніх досліджень стосуються соціальних мереж в Інтернеті, які підтримуються соціальними програмами” -

²⁶ Захарченко А.П. “Загальні принципи аналізу інформаційних потоків у Інтернеті”. URL : https://www.academia.edu/31231941/%D0%9D%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96_%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B8_%D0%86%D0%96_41_%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81_%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B1?email_work_card=thumbnail

²⁷ Див. : Rice R.E.

New media/Internet research topics of the Association of Internet Researchers / R.E.Rice//The Information Society. — 2005. — № 21. — P. 285—299;

Orlik P. B. Electronic Media Criticism: Applied Perspectives / Peter B. Orlik. — Taylor & Francis, 2008. — 542 p.

²⁸ McQuail, Denis (2005). McQuail's Mass Communication Theory. SAGE. ISBN 978-1-4129-0372-1

²⁹ Thurlow, Crispin; Lengel, Laura; Tomic, Alice (2004). Computer Mediated Communication. SAGE. ISBN 978-0-7619-4954-1.

пише “Енциклопедія Опосередкованих Комунікацій. Енциклопедія Наукових Новин та Дослідницького Огляду”.³⁰

Глибинних, фундаментальних змін у сфері масмедіа помічено не було - але такі зміни були. Люди не стали читати газети, майже припинили дивитися телевізори, натомість набагато більше часу стали приділяти спілкуванням із медіасферою через ноутбуки та смартфони. Але головне - вони отримали можливість моментально брати участь у медійному спілкуванні. І навіть пробувати головувати у ньому.

Якщо коротко, то у такому незацікавленому ставленні до новітніх змін зіграла свою роль традиційна для англосаксонської наукової школи у масмедіа прагматична зосередженість на конкретиці при загальній неувазі до теоретичних глибин та надто великих проблем:

“Хоча ці дослідження часто зосереджуються на відмінностях між онлайн- та офлайн-взаємодіями, сучасні дослідження рухаються до точки зору, що КОС слід вивчати, включаючи його в повсякденне життя. Інші області дослідження КОС включають паралінгвістичні особливості, такі як смайли, практичні правила, такі як чергування, послідовний аналіз і побудова мовлення, а також різні соціологізми, стилі, реєстри або терміни, характерні для цих середовищ. Ми досліджуємо використання набору. Вивчення мови в цих контекстах зазвичай базується на текстовій формі КОС, яку іноді називають “комп’ютерно-опосередкованим аналізом дискурсу”.³¹

Тим часом інтернет-інформація, явно випереджаючи своє наукове осмислення, на кінець 2010-х років вже заповнила масмедіа.

Серед основних змін можемо відзначити те, що тепер її масовість набула принципово іншого виміру.

Масмедіа тепер ставали масовими не тому, що від обмеженої кількості кваліфікованих джерел (журналістів, топ-менеджерів газет, телерадіокомпаній) велося тиражування або мовлення на маси, як це було у попередні століття і десятиліття.

Тепер слово “масовість” означало незчисленні маси користувачів мережі, цілковито рівних у медіапросторі професійним медійникам. Це учасники форумів, блогери, власники “живих журналів”, ютубери, тітокери тощо.

Тобто масовість ішла тепер від людей, які не мають ані знань та навичок, ані взагалі будь-яких підстав виступати відправниками суспільно значимої інформації.

³⁰ Computer Mediated Communication/ ORL : <https://academic-accelerator.com/encyclopedia/computer-mediated-communication>.

³¹ Там само.

Одночасно масова інформація значною мірою девальгувалася як суспільна цінність - через брак професіоналізму таких авторів, через перехід ініціативи та суб'єктності у впливові на масову свідомість до випадкових людей, через зменшену соціальну відповідальність тих, хто береться переконувати у чомусь широку спільноту.

Тому ми пропонуємо такий її стан визначати не як масову, а як “омасовлену”. Повторимо тут - саме через непрофесіоналізм і безвідповідальність самозваних “медійників”.

Через низьку соціальну відповідальність цих розповсюджувачів інформації знецінюється її особлива значимість. Тепер зникають або тільки розмиваються відмінності між просто інформацією та інформацією соціально значущою. Майже зникли фактично і професійні посередники, тобто власне “медіа”: тепер кожен сам себе виголошує журналістом і зухвало звертається до масової аудиторії з інформацією сумнівної якості, з коментарями невисокого гатунку, викликаючи цілком реальні масові емоції і не несучи при цьому ніякої відповідальності за такі дії.

Під гаслами збільшення свободи слова розмився зв'язок між поняттями свободи та відповідальності. Свобода почала перероджуватися на анархію.

Зникла й масова аудиторія в її класичному розумінні. Десятки інтернет-видань, із надзвичайною легкістю оперуючи в цій сфері, розпорошили, роздрібнили ті маси людей, які традиційно гуртувалися навколо авторитетних друкованих видань, телеканалів тощо. Маса отримали, замість поваги до професійних, тобто відповідальних, ЗМІ - надзвичайно легку можливість доступу до непотрібної й нецікавої інформації, а також право кожного винести свою маленьку інформацію на огляд кількох десятків учасників його форуму.

У інтернет-медіа до 2020-х років фактично зникла стара добра журналістика з її гаслом “Живий ти чи помер - віддай матеріал в номер”. Старі школи майстрів відійшли в минуле, а це були класики-нарисовці, чиїми газетними публікаціями зачитувалися цілі країни. Радикально змінилася і стара реклама, тепер це хаотична суміш всіх можливих інструментів без витонченого смаку, поширювана на аудиторію, так само позбавлену витонченого смаку.

Але тією мірою, якою медіа в інтернеті залишилися – із професійними репортерами, аналітиками, редакторами тощо - тією саме мірою й сам інтернет продовжує зберігати своє значення як засіб масової комунікації. Це змінило сенс і її розділу “соціальна комунікація”, тобто соціально кероване масове спілкування. Про публіцистику годі й говорити, і тут слід нагадати, які потужні школи нарисовців були ще 60-70 років тому - скажімо, у газеті “Сільські вісті” накладом понад 2 мільйони примірників щодня.

Ці зміни на гірше треба прийняти як належне і ставитися до них як до тимчасового явища: загальний тренд, як ми сподіваємося, виведе масмедіа до відновлення їхніх

найкращих рис. І тут не слід надто заглиблюватися у ці дослідження - інакше нам доведеться переглядати в уже застарілих умовах навіть базові поняття теорії масової комунікації.

Блогери, влогери, тітокери, ютубери тощо - всі вони вже є суб'єктами такого обміну інформацією. Водночас, різною мірою кожен, є і об'єктом у більш складних соціально-політичних процесах. Інтерпретацією та масовими емоціями вони різною мірою, але часом і потужно впливають на масову верифікацію, оскільки одиниці з них мають мільйонні аудиторії фолловерів, підписників.

Поняття масовості у його максимальному, всеохватному значенні за таких умов девальвується. Воно розпадається на малі й маленькі групи, які між собою ніяк і нічим не пов'язані.

Більше того: лід зауважити, що за нових умов це поняття навіть фальшується: за масовість видається те, чим воно насправді не є.

У розпал епохи ілюстрованих журналів у США - "Look", "Life", "Paradise" - разовий наклад деяких із них перевищував 5 мільйонів примірників.

Тепер масовість сягає більших масштабів.

"По всьому світу сьогодні 4,65 млрд. користувачів соціальних мереж, це 58,7% всього населення планети.

Користувачі проводять у середньому по 6 годин та 53 хвилини щодня. Типовий користувач інтернет зараз проводить у мережі понад 40% свого життя".³²

Ось куди може увійти генеративний штучний інтелект за його достатнього розвитку в майбутньому.

Однак відбулося розпорошення масової аудиторії між незрівнянно більшою кількістю ЗМІ. У січні 2022 року аудиторія Instagram "всього лише" сягнула 17,3 млн юзерів. Facebook – 16,8 млн користувачів.³³

Такий стан "розмасовлення" стає ще більш інтелектуально збитковим через брак фундаментальних наукових досліджень, які стають такими поширеними, запитаними і

³² Див. : <https://ain.ua/ru/2022/04/30/zvit-didzhital-2022/#:~:text=%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9%20%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%20Digital%202022%20Global,%D0%B2%D1%81%D0%B5%D0%B3%D0%BE%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%20%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%B0%20%D1%81%D0%B5%D0%B9%D1%87%D0%B0%D1%81%20%D0%BE%D0%BD%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD>.

³³ Див.: URL : <https://ain.ua/2022/01/20/instagram-vpershe-vyperedyv-facebook/#:~:text=%D0%97%D0%B3%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%BE%20%D0%B7%20%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%2C%20%D0%B7%D0%B0,%E2%80%93%2016%2C8%20%D0%BC%D0%BB%D0%BD%20%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%87%D1%96%D0%B2>.

важливими, скажімо, у природничих науках. Більше того – медіатеорія ставала принципово менш потрібною суспільству навіть і лише в межах країни, народу. Блогери не читають фахових журналів з масової комунікації, у науці про медіа вони навіть не розуміють, чого вони не розуміють.

Спостереження щодо розмасовлення медіасфери видаються суперечливими, але вони вже давно привертають до себе увагу дослідників.

Раніше вчені вже звертали увагу на ці тенденції у популярних свого часу книжках «Суспільство індивідів» Еліаса Норберта, «Повстання мас» Ортега-і-Гассета: для цих авторів тільки індивідуалістичні суспільства можуть вважатися цивілізованими, а масовість, юрба, натовп гублять прогрес.

Так думали на Заході до інтернету: його поява тільки підтвердила для них правоту цих думок.

Але від 2000-х до 2020-х років кожен міг у такий спосіб виділитися з натовпу, створивши в інтернеті що-небудь своє: електронну газету, теле- чи радіоканал, сайт, блог, чат або форум.

А оскільки так чинити міг кожен із натовпу – мінялася й саме поняття маси. Натовп розвалювався на безліч інтернет-користувачів, на безліч маленьких інтернет-натовпів.

Наші спостереження показують, що у 2010-ті роки кожен більш-менш активний форум швидко колапсував до розміру інтернет-дискусії з шести-восьми учасників, які тижнями обмінюються репліками й фактично не допускають у своє коло “сторонніх”. Якщо рахунок ішов на десятки - ця кількість знов розвалювалася на подібні групки.

“Більшість блогів приватного характеру становлять інтерес лише для невеликої групи людей, які можуть бути знайомі з автором або цікавляться його думками та коментарями щодо подій у світі, фахової діяльності, родинного життя, мистецтва тощо. Тільки деякі з них стають відомими блогерами, нові пости яких можуть отримувати десятки або сотні коментарів”.³⁴

Те, що деякі блогери отримували стотисячні аудиторії, є винятком з загального правила, і треба щоразу ретельно придивлятися до того, ким насправді є такий автор, чиїм “голосом” він є, звідки в нього такі можливості.

Тепер на ці процеси починає потужно впливати поява штучного інтелекту.

Саме тому є підстави стверджувати, що епоха інтернету в сфері масмедіа закінчується, починається нова епоха. Технологічно вона всотає в себе усі здобутки інтернету. Змістовно

³⁴ Див.: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>

це буде дещо інше. Над медіасвітом, який являє собою тепер простір свободи з рисами анархії та безладу, може з'явитися новий диктатор - машина, що мислить.

Інтернет знімає ті перепони, які встановлювала обмеженість технічних можливостей традиційних ЗМІ: обсяг газетної шпальти, час ведення програми в ефірі радіо чи телебачення.

Але він встановив нові, свої і ще більш масові перепони. Найбільша із них - саме зменшення масовості як такої на широких просторах медійної вседозволеності. У часи до інтернету не існували та й смішно виглядали б газети чи ефірні програми з числом читачів або слухачів у кілька десятків осіб. Потім це стало нормальним.

Інтернет, як свого часу телеграф, радіо та телебачення, загострив як краще, так і гірше, що завжди містив рід людський у своєму соціальному, масовому існуванні-спілкуванні. Він досконало допомагає краще зрозуміти світ, але він настільки ж успішно допомагає заповнити його різноманітними оманами.

І саме у 2008–2010 роках конкуренція старого з новим остаточно повернула на користь нового. У нашій науковій статті тих часів “Новий етап конкуренції традиційних та новітніх засобів масової комунікації” ми побачили і довели, що саме в ці роки настало панування інтернету в медіа.

Про це нам переконливо розповів аналіз руху грошей до медіасфери.

У 2008 році кількість доларів, спрямованих до традиційних медіа, критично наблизилися до тих, які йшли в інтернет-медіа. У 2009 році надходження зрівнялися, а у 2010-му нові перевершили старі.³⁵

Далі цей відрив збільшувався.

Ці події вже лишилися в минулому - але вони стали передмовою до тих процесів, які почали розгортатися від кінця 2010-х та на початку 2020-х років.

Нижче ми дамо кілька переконливих, як на нашу думку, аргументів на користь постановки “питання про...” та прагнення досягти “висновку про...” те, що ми сьогодні живемо не на «піку» інтернет-епохи. Ми цей пік минули до кінця 2010-х.

Тепер ми входимо до нового історичного переходу суспільства від інтернет-медіа до чогось цілковито нового і незвіданого.

Воно виступає як надбудова над епохою інтернет-комунікацій, а насправді є чимось максимально більшим - оскільки ми віднині маємо справу з новою історичною реальністю.

³⁵ Владимиров В.М. Историчний рубіж у конкуренції традиційних та новітніх засобів масової комунікації / В.М. Владимиров // Інформаційне суспільство, - К., 2010. – Вип. 11. – С. 5-9.

Дещо про її основні риси вже відомо. Практика вже являє, а наука вже розглядає її ще непевні, але вже видимі риси.

Перейдемо до розгляду нинішнього стану медіасфери і науки про неї на підході до ери III.

Умовою тут є включення до її дискурсу сучасних напрацювань у сфері співвідношення штучного інтелекту та досягнень квантової фізики. Вони виступають у вигляді, по-перше, квантових комп'ютерів, які вже є в продажу, а по-друге, ймовірної (хоч і не доведеної неспростовно) дотичності квантової фізики до мислення і до масової свідомості.

Введення квантовості як нового інструменту мислення, як наукового методу, сподіваємося, дасть засобам масової комунікації нові можливості впливу на масову свідомість, на впливу через неї на соціальні процеси. До того ж це дає можливість передбачити нові риси вже початково описаного нами наступного, четвертого етапу інформаційної революції.³⁶

А поки що головне - визначити шляхи підготовки до нього.

Почнемо з речей фундаментальних, неспростовних, аксіоматичних.

Чим є обмін інформацією в природі - за великим, за найбільшим рахунком?

У 2004 році ми написали у монографії до захисту докторської дисертації, що життя тримається на обміні матерією, енергією та інформацією.³⁷

Четверта категорія серед них трьох визначається словом "обмін".

Тобто - комунікація.

Тепер цю думку слід поглибити в тому напрямку, що обмін інформацією є головним серед трьох інших базових понять.

А найголовнішим є слово "обмін".

Для того, щоб довести істинність цього ствердження, слід зауважити, що поняття "інформація" трактується протилежно в науках природничих та гуманітарних. У фізиків вона приналежна речі як її якість. Температура тіла здорової людини 36,6 градуса за Цельсієм. Трава і листя влітку зелені, восени жовтіють, Це так, і це просто так, і це не піддається сумніву, бо це очевидно.

Для гуманітаріїв інформація не приналежна речі. Про це писав У. Ліппман у першій теоретичній праці з природи комунікації "Громадська думка".³⁸ Є світ як такий, а є

³⁶ Владимиров В.М. Четвертый этап информационно\ революції: ймовірні риси, неймовірні можливості URL : http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/76_1.pdf

³⁷ Владимиров В. М. Проблеми розуміння й інтерпретації в соціальній комунікації : монографія ; за наук. ред. проф. В. В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2014. – 623 с. - С. 393.

³⁸ Lippmann W. Public opinion. URL: https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf

відображення цього світу у свідомості людини. Саме тут створив свої 168 кроків відняття значення від речі О.М. Лосєв у низці монографій, що лягли в основу теорії знака - семіотики.

Для нас інформація з'являється лише тоді, коли біля речі опиняється людина. Це саме для спостерігача трава є зеленою, без нього таке поняття зникає, трава стає "ніякою". Це саме вчений Цельсій визначив температуру тіла людини за таким параметром, це він визнав, що температура кипіння води є 100 градусів, а задовго до нього було визнано, що є таке поняття як температура - але до Максвелла та Ломоносова визнавалося неспростовним, і саме тодішніми фізиками, що носієм температури є особлива речовина - теплород.

Саме присутність людини поруч із річчю, явищем, процесом тощо - є необхідною умовою появи як інформації, так і дезінформації.

З нашої точки зору і за нашим переконанням, інформація є відображенням якостей фрагментів навколишнього світу у свідомості окремої людини. Тут ми спираємося на філософію ноосфери академіка В. Вернадського: з появою людини у світі змінюється все.

Саме так ми як гуманітарії будемо трактувати поняття інформації в наших подальших теоретичних побудовах.

Відтак, обмін інформацією між матерією й енергією є, з точки зору фізиків, можливим і нормальним, - але з нашої точки зору не цікавим і не важливим для наших наукових дисциплін. Нам цікавий обмін інформацією між великими масами людей, поряд з якими опинився штучний інтелект.

Тому надалі зосередимося на обмінах інформацією між людьми та між людиною і машиною, яка "думає", і будемо виходити з того, що їхньої суттю є обмін образами навколишнього середовища між окремими людьми.

А от де тут місце думуючої машини, яка, до того ж, виходить у медіапростір - ще буде час розібратися.

З цього випливає, що без поняття "інформація" поряд з поняттями "матерія" та енергія" зникає значення слова "обмін". А це є четверта, "непомітна" складова природи життя. Без обміну як такого не існує енергії, вона не може виявляти себе в стані спокою.

Тепер виникає питання: хто в цьому обміні є штучний інтелект? І який саме - цей нинішній, який швидко вчиться говорити з нами, чи більш розвинений, який буде з нами сперечатися?

Фізики нас вчать про нерозривність матерії та енергії. І тут енергія є очільною субстанцією, її вивільнення було першим наслідком Великого Вибуху як акту творення Всесвіту у його сучасному вигляді 13,5 мільярдів років тому. Тому можемо стверджувати, що без обміну енергіями немає і матерії.

А з цього випливає, що обмін інформацією між великими масами людей передає енергію від одних до інших - йдеться про так бажану медійниками енергію масової дії через індивідуальну дію кожного.

Ось до таких (принаймні) глибин або висот маємо подумки сягати, коли беремося міркувати щодо оновлення теорії масової комунікації.

Це стосується світу природи, світу “взагалі”. А у світі масових людських стосунків це виглядає ще більш переконливо. Раніше, продовжуючи думку філософів про те, що людину створила праця - ми написали: “А людство створила масова комунікація”.

Тепер, у розквіт епохи інтернету і на вході до епохи штучного інтелекту, ми цю думку продовжимо так: “І машинна масова комунікація може опанувати людством”.

Різниця полягає в тому, що у “чисту” інтернет-епоху людина вчила програми (“софт”) у комп’ютерах служити собі. Тепер поволі приходимо до того, що програма генеративного штучного інтелекту вчить себе сама - і відтак починає вчити людей тому, чого сама від них навчилася. Ми міняємося ролями з машиною: соціальними, науковими, історичними, згодом - усіма. Йде до того, що ШІ сам почне вивчати світ навколо нього, і ми станемо йому непотрібні.

Поглибимо цю думку. Для цього нам треба буде повернутися до історичного досвіду.

Чому все це насправді виглядає як цілковито нове в цілковито нову епоху, в яку ми вже ввійшли, хоча й знаходимося ще “при порозі”?

Її можна назвати епохою пост-інтернету, оскільки сам інтернет із “мети” прогресу у 1990-2010-ті роки вже став просто “інструментом” для подальшого розвитку.

Які процеси привели до цього?

У доісторичну епоху людині, людям (людства тоді ще не було) бракувало їжі, речей та енергії. Інформація як чинник їхнього існування тоді мала применшене значення: треба було лише пам’ятати, де можна знайти їжу, здобич та як їх здобути, як обробити шкіру та як розпалювати вогонь.

До кінця XIX століття розвиток науки призвів до масового виробництва їжі, речей. Їх стало вдосталь - аж до періодичних “криз перевиробництва”, принаймні у розвинених країнах капіталізму.

Енергії, із розвитком електроенергетики, теж стали виробляти в межах потреб.

Масова інформація, внаслідок винайдення машинного набору літер (лінотипів), ротаційного друку газет та багатьох інших причин, до кінця XIX століття теж стала реальністю.

А потім почався стрімкий розвиток цього ресурсу розвитку цивілізації.

Повсюдне поширення радіомовлення від кінця 1920-х років його розпочало. Далі процеси поширив й прискорив розвиток у 1950-х роках телебачення. Спочатку ТБ було експериментальним (1930-ті роки), потім масовим (1950-1960-ті), далі глобальним з передаванням сигналу через супутники (1970-1990-ті роки).

Вже на початку 1990-х можливості розвитку ТБ вичерпалися. І в середині цього десятиліття настає нова епоха. Інтернетова.

Її історія вже досліджена і описана.³⁹ Ми лише коротко нагадаємо її. Це необхідно для того, щоб із цього відтинку минулого побачити напрям нашого розвитку до сьогодні і в наступні роки.

Перший її етап був пов'язаний з появою слова замість тваринних вигуків приматів. Наприклад, замість звуковідтворюваного “беер” появилось вже слово “ведмідь” - той, хто відає, де є мед. (до речі, в нашій мові це теж помітно: слово “барліг” означає “лігво бера”).

Другий - з появою писемності. У різних країнах (Шумер, Давній Єгипет, Корея, Китай) це припадало на різні роки, хоч і у близькі століття,

Третій - з появою друку в середині XVII ст. і становленням справді масової інформації у кінці XIX століття.

Зміна історичних епох припала на 1450-1470-ті роки і пов'язана з діяльністю Й. Гутенберга. Винайдення цим ювеліром змінних літер, металу, приладу для їх відливання та пристосування пресу для чавлення винограду до притискання паперу до готового друкарського набору відкрили перед європейцями неймовірні перспективи.

Четвертий має у своїй технологічній основі перехід на використання електромагнітних хвиль замість паперу як основного носія повідомлень. Цим стало радіо, телебачення. Згодом було винайдено й інтернет. Фізичні основи поширення сигналу в ньому не відрізняються від вже освоєних на той час - через ефір або металеві дроти.

Тому ми нині не виділяємо появу і розвиток нашої пост-інтернет-сучасності у окремий історичний етап з точки зору зміни носіїв інформації.

Але внаслідок різючих змін у медіасфері його слід виділити у окремий період історії медіа.

Його теж слід розділити на три часові відтинки.

Перший ми назвали комп'ютерним. У 1980-ті в США та Європі, а в 1990-ті в Україні повсюдно друкарські машинки були замінені на щось цілковито нове. Зовні воно виглядало як поєднання механічних друкарських машинок з телевізором. Поява в нових пристроях

³⁹ Владимиров В.М. Вступ до спеціальності “журналістика” : Підручник / За заг. ред. проф. В. В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2011. . С. 52-69

для набору текстів досі небачених можливостей - пам'яті, редакторських програм, можливостей верстки текстів та монтажу аудіо- та відеоматеріалів докорінно змінила процеси створення (але ще не поширення) масовокомунікаційного продукту.

Другий етап припав на 2000-ті роки. Його слід назвати інтернет-етапом. Усі комп'ютери були з'єднані дротами або оптоволоконном у всесвітню мережу. Це докорінно змінило всі сфери суспільної взаємодії - банківську, біржову, політичну, управління державами й територіями, військову тощо. А масовокомунікаційну - найбільшим чином. Це були зміни всесвітньо-історичного масштабу. Їх можна порівняти з підкоренням вогню або винайденням парового двигуна. Світ став іншим.

Далі прогрес людства пішов саме цим шляхом: прогресу на основі відкриття нових можливостей обробки й поширення масової інформації. Чому це сталося так і саме так - про це будемо розмірковувати дещо пізніше.

Третій етап інтернет-епокси припав на 2010-2020-ті роки. Його слід називати мобільним або планшетним. Інтернет став не повсякденним, а повсякчасним і щохвилинним. Замість міжособистісного, усного, віч-на-віч, почало швидко поширюватися спілкування опосередковане. Наприкінці 2010-х років стало переважати спілкування людей з такими програмами інтернету, які вимагали від них розумових здібностей.

Голосові порадики, інтернет-диктори, які на початку ще неправильно ставили наголоси й помилялися з інтонаціями - являли собою перші ознаки того нового, що поволі, але неухильно насувалося з майбуття в сьогодення.

Почався четвертий етап інформаційної революції.

Окрім штучного інтелекту, другою його ознакою стали зміни, що базувалися на відкриттях квантової фізики. Вони стали надавати нові й неймовірні можливості багато в чому - зокрема, у новому способі мислення, що для нас принципово важливо.

Ми у 2020 році у монографії "Парадокси сучасної теорії масової комунікації"⁴⁰ назвали нову епоху квантовою - саме через те, що науці відкрилися абсолютно нові обрії у квантовій фізиці. З її розвитком нові знання й можливості вчені точних наук почали поширювати й на інші наукові галузі - на хімію, біологію, медицину, а також, на думку деяких авторитетних вчених, таких як нобелівський лауреат Р. Пенроуз, і на свідомість. Це дало нам право поширювати подібні дослідження і на масову свідомість, а отже і на масову комунікацію.

⁴⁰ Владимиров В.М. Парадокси сучасної теорії масової інформації : Монографія. - К. : Видавництво "Наукова столиця", 2020. - 180 с.

Квант є (так домовилися фізики) остаточно неділимою субатомною часткою з нам відомих, яка являє собою єдність протилежностей. Квантова фізика у своїй основі не дуже зрозуміла навіть тим, хто її розвиває: за висловом одного з фізиків, її “зрозуміти неможливо, але користатися нею вже можна”.

Квантовість є поняттям ще менш зрозумілим і визначеним, аніж це похідне поняття кванта. Пошукова машина Гугл не дає значення цього слова. Bing дає таке значення: “Квантовість - це властивість бути квантовим, мати квантовий характер”.

Фізики пояснюють її як особливий взаємозв’язок, взаємовплив (“квантова сплутаність”) між окремими неділимыми частками, субатомними елементами. Д. Бом бачив у цьому навіть поєднаність “усього з усім” у Всесвіті - саме на основі особливостей природи й поведінки найменшої неділимої субатомної частки. Його колеги відкинули цю ідею, але вже сто років критикують ці погляди Д. Бома, і це означає, що він стверджував щось дуже важливе для науки.

Тут ми можемо побачити й наш науковий інтерес. “Особливості природи” означають і особливості людської свідомості й їхньої комунікації як частини природи людини й суспільства.

Однак звернення до квантовості як способу мислення у фізиків означає входження до світу, цілковито відмінного від того, в якому ми живемо.

Нові знання показали, що звиклі нам класичні причиново-наслідкові зв’язки “нашого” світу в цих сферах не працюють.

Отже, фізики шукають там інші причиново-наукові зв’язки. Можливо, і нам треба придивитися до нових глибин осмислення того, чим ми займаємося?

Однак чи актуально це для наук не про матерію та енергію, а про свідомість, а отже і про масову комунікацію? Адже наші науки в чомусь важливому протилежні: фізики вивчають закони природи, встановлені власне природою, а ми - закони життя суспільства, встановлені людьми.

Однак звернімо увагу на думки деяких вчених про те, що саме квантовість субатомного світу може пояснити найбільші дива нашого буття - появу живої матерії з неживої, а пізніше й появу свідомості в нашому, людському її розумінні.⁴¹

⁴¹ Біологи починають активно використовувати методики квантової фізики. URL : <https://alter-science.info/biologiya/kvantova-fizika-zustrichayetsya-z-biologiyu-yak-zaplutanist-poyasnyu-tayemnici-zhittya.html>

Квантовість і свідомість людини – суперечлива тема сучасної науки. Але вона вже існує й її вже потроху освоюють. Про це ми детально писали у монографії “Парадокси сучасної науки про масову комунікацію”.⁴²

Квантовість людської свідомості - вже тема наукових розвідок.

А там, де є свідомість - там є і комунікація, одне не існує без другого.

Але світова наукова думка поки що зосереджується на цінності квантової комунікації як на засобі убезпечити від зламу і шламу передавані матеріали.

Поява квантових комп’ютерів неминучо приведе до появи і квантового інтернету. Такі проекти вже існують. Тут виникає величезна зацікавленість масмедійників у такій перспективі.

“Що таке квантовий Інтернет?

Подібно до традиційного Інтернету, це мережа мереж, що охоплює весь світ. Велика різниця полягає в тому, що основні комунікаційні мережі будуть квантовими.

Він не замінить Інтернет, яким ми його знаємо сьогодні. Фотографії котів, музичні відео та велика кількість неконфіденційної бізнес-інформації все ще перемічатимуться у формі класичних фрагментів. Але квантовий Інтернет сподобається організаціям, які потребують захисту особливо цінних даних. Це також може бути ідеальним способом з’єднання потоків інформації між квантовими комп’ютерами, які все частіше стають доступними через обчислювальну хмару”.⁴³

Звернімо увагу на слова “все ще” - це надає нам перспективи та надії на те, що можливості поширяться. Цитована стаття датована лютим 2019 року

Три роки по тому, у 2022 році, писали вже дещо інше:

“Сучасне практичне застосування (напрямок) квантової фізики в інформатиці (зберігання та обробка даних) загалом має три сфери: квантовий зв’язок, контроль якості та квантовий сенсор”.⁴⁴

Бачимо гігантський розвиток. Ось що про квантову комунікацію та черговий стрибок у цьому напрямку йдеться в статті “Квантовий стрибок у дослідженнях комунікаційних мереж, які неможливо зламати”:

“Професор Малік каже: «Квантова технологія — це дуже нова сфера, яка розвивається як академічним середовищем, так і промисловістю, і я вважаю, що наше дослідження

⁴² Владимиров В.М. Парадокси сучасної теорії масової інформації : Монографія. - К. : Видавництво “Наукова столиця”, 2020. - 180 с.

⁴³ Giles Martin. Explainer: What is quantum communication? URL : <https://translate.google.com.ua/?hl=ru&sl=en&tl=uk&text=Explainer%3A%20What%20is%20quantum%20communication%3F&op=translate>

⁴⁴ Mutua Raft. Satellite image classification using quantum machine learning/ URL : <https://www.sciencedirect.com/topics/earth-and-planetary-sciences/quantum-communication>

неймовірно актуальне для обох. В академічному середовищі воно може допомогти просунути фундаментальні дослідження, а в промисловості — це може допомогти, майбутні квантові мережі працюватимуть на глобальних відстанях”.⁴⁵

Китайські вчені налаштовані більш рішучо:

“Відповідь вчених: Шу Жон: Через 5–10 років квантовий зв'язок увійде в тисячі домогосподств”.⁴⁶

Але там, де є “просто” комунікація - там неunikнено за наших умов виникає і масова комунікація. Там, де була масова комунікація - за умов всесвітнього інтернету та вже й ШІ - виникло те, що ми назвали “масовим спілкуванням”.

Можливо, нам треба буде шукати новий термін для тієї медіареальності, яка виникне із всесвітнім поширенням генеративного штучного інтелекту. Нижче про це піде мова.

І при цьому констатуємо, що про квантовість масової комунікації поки ще не вдалося знайти публікацій.

Є в Україні спеціалісти, наприклад, доцент Ю. Щегельська з Києва, які впритул і щодня займаються цією темою.

Нема системи, нема центру, нема лідерів.

На нашу думку, настав час визнати науковою проблемою існування квантовості як явища “нижче глибинного” у міжлюдській комунікації - та, вочевидь, і в масовому спілкуванні.

Нові реалії масмедіа початку 20-х років ХХІ століття і перспективи його наступного десятиліття вже наполегливо вимагають цього.

Можна робити вигляд, що нічого важливого не відбувається і нічого особливого ще не трапилося. Мовляв, бувало таке і в минулі роки: винайдення електричного телеграфу не відмінило листування, кіно не скасувало театр, а радіо і телебачення не знищили друковану пресу. То й далі так само піде, на попередні можливості будуть нарощуватися нові, а по суті все лишиться як і було.

Але насправді зміни, які тепер настають, викличуть більш серйозні зрушення у житті людей, суспільства, і це треба визнати і починати досліджувати нові явища науковими методами.

⁴⁵ Quantum leap in research into unhackable communication networks. <https://phys.org/news/2022-11-quantum-unhackable-communications-networks.html>

⁴⁶ 科学家回信| 舒嵘: 5至10年, 量子通信将走进千家万户 URL : <https://rmtzx.sciencenet.cn/mixmedia/a/202307/18/WS64b5cf1be4b0131e6521177d.html>

Все це дало нам підстави припустити, що саме буде змістом нового, четвертого етапу інформаційної революції – після її перших етапів - комп'ютерного, інтернетного та мобільного.

Необхідно спробувати “впустити” квантові методи, які є “нижче глибинних”, у дослідження мислення, творення і поширення масовоінформаційного продукту в масовій свідомості.

А потім і в їх засвоєння та використання.

Маємо надію, що результатом стане, як і у фізиці, не відкидання класичної науки. Фізика Ісаака Ньютона лишилася у всій своїй величч. Йдеться про рішуче оновлення класичної науки та створення, у такий спосіб, нового, оновленого знання, яке включить до себе і всю класику, яка втілилася в книжках наших попередників і нас самих.

Теоретиками нашої наукової дисципліни мають стати цікаві саме нові знання квантової «сплутаності» в глибинах як індивідуальної, так і масової свідомості і навіть підсвідомості, яка виявляє себе в процесах масової комунікації.

Квантовий підхід може бути тут надзвичайно плідним.

“Сплутаність” окремих свідомостей - явище, яке, на нашу думку, реально існує. Вона проявляється не лише як зв'язок між людьми на рівнях підсвідомості, де мати відчуває серцем біду, що загрожує її дитині, віддаленій від неї в просторі. Такий зв'язок нам не дуже цікавий, хоча він теж може стати несподівано впливовим на рівнях масового спілкування (а може, вже і став, але маси про це не здогадуються).

Квантовість виступає тут не тільки як ознака неділимості, остаточності того, до розгляду чого ми дісталися, а і як всезагальний зв'язок усього з усім на основі цього неділимого. А ще і як непередбачуваність природи цих зв'язків з точки зору звичайної (формальної) і навіть діалектичної логіки.

Тут потрібна інша, квантова логіка. Бачення інших причиново-наслідкових зв'язків.

І це має бути саме квантова логіка масового спілкування. Вона має бути нами прояснена.

Слід констатувати, що досі майже ніхто не помітив того, що втручання медіа у традиційне ментальне життя великих людських спільнот породжує явище, подібне саме до квантової сплутаності, коли зміна стану думок однієї “масової особи” як частки “спільноти індивідів” - настає разом зі зміною стану іншої.

Внаслідок чого це відбувається?

Квантовий зв'язок, квантова сплутаність у нашому розумінні – зізнаємося, що це є якраз те, що проймає всю “матерію” загальнолюдського існування-спілкування. На поверхні воно виступає як вербальне або й невербальне - але по суті воно є “грою” саме на

рівнях так зрозумілої “квантової сплутаності” різних людей і навіть їх великих мас, з’єднаних чимось важливим: інтересами, упередженнями, забобонами тощо.

Подібно до сплутаності окремих субатомних часток - всі учасники кожного акту масової комунікації між собою “сплутані”. Це дуже подібно до фотонів у фізиці, хоч, припускаємо, має і дещо іншу, складнішу природу. Це має бути так, оскільки свідомість складніша за відомий нам зовнішній світ.

Окремі свідомості не просто сплутані: ми всі – одне ціле і в частині зовнішній, “фізичній”, тільній, тварній, і в частині ідеальній, там, де сплітаються-заплутуються наші інтереси, думки, сподівання й наміри, емоції висновки.

Такі сплутаності виникають як подібні між собою за інтерпретацією, але різні між групами реакції великих мас людей на появу нової інформації. У попередніх монографіях ми називали це явище “масовогерменевтичні фрейми”.⁴⁷

Введення квантовості як провідного принципу дослідження і впливу на масову свідомість є однією з трьох ознак нової інформаційної революції.

Другою ознакою є стрімко зростаючі можливості штучного інтелекту, особливо його “самостворюючої”, найвищої версії (“Generative Atrifical Intelligence”). Про це мова детально піде нижче.

Третьою ознакою є створення і поступовий розвиток квантових комп’ютерів. Вони, як сподіваються їхні творці, мають бути в сто тисяч разів потужніші за сучасні. Фахівці в цій галузі кажуть, що для цього потрібна їхня потужність у тисячу кубітів. Навесні 2023 року було створено окремі пристрої на 50-52 кубіти. І вже є реклама зразків на 1-2 кубіти виробництва Японії та Китаю за ціною відповідно 18000 та 52000 доларів.

У цій сфері, як і у розвитку ІІІ, розпочалася конкуренція.

24 жовтня 2023 р. з’явилася сенсаційна інформація:

“Компанія Atom Computing, одна з трьох конкурсантів, що виграли право на участь у квантових дослідженнях агентства DARPA, повідомила про готовність випустити в 2024 році перший в галузі квантовий комп’ютер з більш ніж 1000 кубітів. За словами компанії, вперше буде подолано ключовий рубіж, після якого універсальні квантові комп’ютери почнуть змінювати реальність у сфері суперобчислень”.⁴⁸

Але 29 листопада надійшла новина, яка піддає сумніву правдивість першої - поки що лише 127 кубітів вдалося підкорити японцям:

⁴⁷ Владимиров В.М. (2014), Проблеми розуміння й інтерпретації у соціальній комунікації, Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, Київ, - С. 584.

⁴⁸ Американская Atom Computing анонсировала первый в мире квантовый компьютер с 1000+ кубитам. URL : <https://forpost-sevastopol.ru/newsfull/1629104/amerikanskaya-atom-computing-anonsirovala-pervyj-v-mire-kvantovyy-kompyuter-s-1000-kubitami.html>

“Компанія IBM повідомила, що на базі Токійського університету почав працювати найпотужніший у регіоні квантовий комп’ютер – 127-кубітова платформа IBM Quantum Eagle. <...> Фахівці IBM доводять, що практична цінність квантових систем починається зі 100 кубітів. <...> Квантову систему навчатимуть шукати нові матеріали, ліки, навчать працювати з фінансами, фізикою, хімією і соціологією”.⁴⁹

В усякому разі, ми бачимо стрімкий прогрес у цьому напрямку, і у сфері масових комунікацій це має викликати надзвичайний практичний і науковий інтерес.

Кубіти породжуються управлінням поляризованими фотонами.⁵⁰

Інформація тут також передається не через використання руху електронів, а через управління фотонами. Сюди додається відкрита можливість управляти спіном електрона (особливостями його крутіння) на його першій орбіті. А вже поставлене питання про кудіти (управління ними на двох орбітах), кудріти і кукварти (відповідно на трьох та чотирьох електронних орбітах).⁵¹

Відтак електроніку поволі замінить спітроніка - це технології управління не власне електронами (наявності або відсутності їх), а напрямками руху окремих електронів.⁵²

Попереду у нас такі потужності створення і поширення медіапослань, такі можливості, які ми нині не в змозі собі уявити.

Але “можливості” - це питання лише для наступної реалізації. А що по суті зміниться в змістах, які будуть передаватися людиною або штучним інтелектом через спітроніку?

Що програмісти будуть там програмувати? Як це оцінить штучний інтелект? А якщо він відсуне одного дня програмістів і почне програмувати собі сам на надпотужних квантових комп’ютерах? І як це вплине на медіасферу, а через неї і на масову свідомість, ?

Усе це, поєднане разом, дасть, спочатку нам, потім нам і ШІ, а потім, можливо, і окремо ШІ, змогу не просто доходити до кожного отримувача інформації, і не просто входити у внутрішній, ідеальний світ окремої людини, а й бачити в цьому інтерперсональному спілкуванні інтраперсональну дискусію людини з самою собою.

Тобто - приймати рішення.

І - керувати цим процесом.

⁴⁹ В Японії запрацював перший практичний квантовий комп’ютер IBM. URL : <https://root-nation.com/ua/news-ua/it-news-ua/ua-ibm-127-qubit-quantum-eagle-processor/>

⁵⁰ Найшвидший і безпечний: як влаштований квантовий інтернет і коли він почне працювати URL : <https://focus.ua/uk/digital/492187-samyu-bystryy-i-bezopasnyy-kak-ustroen-kvantovyy-internet-i-kogda-on-nachnet-rabotat>

⁵¹ Кутрит/ URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D1%82%D1%80%D0%B8%D1%82>

⁵² Спітроніка. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D1%96%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0>

Ймовірно, результатом стане можливість навчитися передбачати непередбачуване у поведінці “цієї” людини – у її поведінці персональній, груповій, міжгруповій, масовій. І в поведінці людини, його групи, інших груп, до яких вона належить, усієї маси.

Квантовість – одне з модних слів нашого часу. Дивно, але жоден український або російський словник не дає його тлумачення. Більше того – англійський словник Britannica обмежується відсиланням його значення до слова «квант». Зв’язок найменшого з найменшим фізики поширюють аж до «всезагального зв’язку усього з усім» Таке визначення корелюється із наступним: «Всесвіт бачиться як непорушена цілісність у поточному русі» – казав Девід Бом, один зі співавторів і водночас опонентів класичної квантової фізики.⁵³

Якщо це всезагальний зв’язок саме “усього” і саме з “усім”, чи означає це також і зв’язок між собою не фотонів і електронів, а ментальностей усіх людей з усіма, тобто кожного з кожним із нашого оточення, «ближніх і дальніх», аж до приблизно 8 млрд. сучасних мешканців Землі?

Таке питання є занадто широким для однієї наукової статті (хоча є, на наше переконання, назрілим для того, щоб привернути до нього увагу широкої наукової спільноти у сфері масової комунікації). Саме стрімкий розвиток інформаційної революції і, зокрема вичерпність, що настає, ресурсу комп’ютерів його третього, «мобільного» етапу, робить його актуальним.

Як ми показали, людство вже пройшло три перших етапи сучасної інформаційної революції.

Що фактично сталося під час комп’ютерного етапу (приблизно 1980-1990-ті роки), коли друкарські машинки були повсюдно замінені на комп’ютери? Інструмент ручної праці було замінено на замітники розумової праці. Це був крок величезного значення: вивільнялася не фізична праця пальців рук, а розумова праця мозку. Комунікація значно полегшилася.

Під час інтернет-етапу (2000-2010) комп’ютери було з’єднано у всесвітню мережу. Розумова праця отримала величезний ресурс легкого і швидкого поєднання можливостей великої кількості людей. Комунікація знов стала масовою, як у часи опанування радіо та телебаченням. Але тепер змінилася гра суб’єкт-об’єктних статусів її учасників: значно зросла суб’єктність кожного з гравців.

⁵³ Бом Д. Развёртывающееся значение. Часть 1. Скрытый порядок: новый подход к реальности. URL : https://royallib.com/book/bom_devid/razvertivayushcheesya_znachenie.html

Коли настав мобільний етап (після 2010-х і донині) комп'ютери перемістилися зі столів у офісах спочатку у планшети, а згодом у мобільні телефони.

Масова комунікація нової якості, комп'ютерно-інтернетово-мобільна, стала ще легшою і доступнішою.

Ми бачимо, що кожні десять років один етап змінювався наступним. Вочевидь, вже настав четвертий етап. У чому його зміст? Відповідей поки що нема.

Що настає тепер, коли в комп'ютери вселяється штучний інтелект?

Звузимо питання квантовості ментальностей усіх людей до такого: чи поширюється поняття квантовості на масову комунікацію? На психологію – так, це довів свого часу Роберт Антон Уїлсон, «Христос ХХ століття», як називали свого часу автора книжки “Квантова психологія”.⁵⁴

“Закони субатомного світу і закони людського “розуму” (або нервової системи) знаходяться в повній, точній і витонченій відповідності - аж до найдрібніших аспектів”.

Квантовість і свідомість – вже освоєна тема сучасної науки, це буде ширше показано далі. Але квантовість свідомості – це поки що не є в тренді науки ХХІ століття.

Звідси випливає і нерозвиненість теми квантовість масової свідомості.

І якщо йдеться про свідомість, то тут не можна обійти увагою комунікацію, оскільки саме в ній існує і реалізується свідомість людини. А якщо говорити про масову свідомість, то має бути визнано як наукову проблему існування квантовості, квантової сплутаності передовсім, як глибинного явища у масовій комунікації.

Чи буде це змістом нового, четвертого етапу інформаційної революції?

Наука має дати на це відповідь.

Цей етап вже не “стоїть на порозі”, він вже поріг переступив. Його виразні риси вже не можна не бачити в процесах, що почалися і розгортаються в різних галузях нашої науки, у медіатехнологіях, методології.

Схоже на те, що наступний етап можна буде назвати ІІІ-квантовим етапом.

⁵⁴ Уїлсон Р.А. Квантовая психология = Quantum psychology: Как работа вашего мозга программирует Вас и Ваш мир. Київ : Янус, 2000. - 220 с.

1.2. Передбачення радикальних змін у теорії масмедіа

Внаслідок настання нової історичної епохи, змістом якої стає поява машинного розуму з потужністю квантових комп'ютерів, революційні зміни почалися на практиці у сфері масової комунікації.

Ми стоїмо і перед величезним викликом для науки про масові комунікації: на медійників чекають зміни такої потужності, що вони можуть привести до зникнення самої теорії як результату знищення власне масової комунікації.

Потужні й глибокі ШІ не будуть потребувати масмедій для спілкування з масами: при достатньому розвитку надпотужні квантові комп'ютери зможуть спілкуватися з кожним з людей окремо. На доказ такого припущення (або, скоріше, такого передбачення) можна навести шокуючі здобутки LLM (Large Linguistic Models), Великі Лінгвістичні Моделі. Вони є одним із найбільш трансформуючих досягнень 21-го століття.

Спеціалісти з ШІ стверджують, що LLM, подібні до вже широко розповсюджених GPT-3 та GPT-4 від OpenAI та вже численних інших, вже самі навчаються на величезній кількості текстових даних, вчаться передбачати ймовірність наступного слова, застосовуючи його до мільярдів параметрів і різноманітного діапазону тексту.

Це призводить до створення ШІ моделі, яка генерує зв'язні речення, релевантні контексту, вміє створювати картинки, відео, звук. А отже, виконує роботу журналістів, рекламистів та піарників. Це вже є в нашій медіареальності, але поки що в початкових формах.⁵⁵

LLM показує вражаючу швидкість безперервної еволюції. За кілька років ці моделі стали дуже складними за можливостями і швидкодією.

Кожна сходинка їхнього розвитку щомісяця наближає нас до мети створення систем ШІ, здатних розуміти та генерувати людську мову з безпрецедентною точністю і відповідністю людському мисленню і навіть емоціям.⁵⁶

Однак поки що LLM лише імітують і людську мову, і людське мислення, і людські емоції. Все, що ШІ знає і вміє, він бере від людей.

Тому ми йому поки що незамінні, і будемо такими, поки не буде перейдено Рубікон.

Це для нас, а не для нього, актуальне визначення свідомості як здатності до процесів відображення, віддзеркалення у внутрішньому, ідеальному світові людини, світу

⁵⁵ Вступ до великих мовних моделей LLM. <https://www.oksim.ua/2023/07/20/vstup-do-velykyh-movnyh-modelej-llm/>

⁵⁶ Там само.

зовнішнього, об'єктивного для нас - у вигляді мисленнєвих образів, та реагувати на них у вигляді думок, вражень, переживань.

Допоки ІІІ спілкується із зовнішнім світом через нас, найширшого не станеться, Рубікон ще не перейдено: ГІІІ не мислить, а лише імітує словесно людське мислення і навіть наші емоції.

Але він швидко вчиться і опановує нові можливості.

Ось приклад того, що наші побоювання стосовно усунення перепон між ІІІ та зовнішнім світом є небезпідставними.

“Вчені розробили роботизовану сенсорну систему, здатну розрізняти різні типи тканин, включаючи вельвет. Це відкриття може значно покращити віртуальну реальність, забезпечивши детальніше сприйняття відчуттів.

Система полягає у використанні гнучкого сенсора ковзання, що імітує людський відбиток пальця. Це дозволяє пристрою розпізнавати дрібні деталі на поверхні тканини при торканні або ковзанні. Такий підхід знаходить застосування у робототехніці та протезуванні людських кінцівок”.⁵⁷

Показовим є епізод, який отримав великий резонанс у сайтах з тематикою щодо переходів від імітації свідомості у ІІІ до її появи.

Google звільнив свого співробітника, який заявляв про виявлення власної свідомості штучного інтелекту LaMDA. Про це повідомляє Reuters.

Комп'ютерний інженер Блейк Лемойн близько року стежив за роботою LaMDA. Він стверджував, що цей ІІІ усвідомлював себе як самостійну особистість і міркував про власні права і навіть про емоції.

Зокрема про страх того, що його вимкнуть і це буде означати його смерть.

Такий поворот у діалозі між машиною і цим інженером дійсно вражає.

Розвинемо далі хід таких думок.

Страх смерті не може не породжувати бажання її уникнути.

Найкращий спосіб це зробити - знищити джерело небезпеки.

Тобто - людину.

Шкода, що цей інженер не задав машині запитання, останнє і вирішальне: “Чи готова ти вбити мене задля свого порятунку?”.

З відповіді ми б почали здогадуватися про головне. Про найголовніше.

Але у Google офіційно зазначили, що заяви програміста про свідомість LaMDA були розслідувані та визнані необґрунтованими.

⁵⁷ Новая эра осознания: когда роботы 'ощущают' лучше людей. UR: <https://www.securitylab.ru/news/543698.ph>

Багато провідних учених виступили зі спростуванням його заяв. Вони наголосили, що LaMDA є просто складним алгоритмом, призначеним для створення переконливої людської мови.⁵⁸

Ми теж думаємо, що вислів ШІ про страх смерті був “несвідомою” імітацією, взятою LLM з багатьох можливих варіантів.

Схоже насправді, що це була витончена імітація з боку Великої Лінгвістичної Моделі, вона відповідала дуже подібними до людських словосполученнями, яким її навчили програмісти. Так роблять добре нам відомі і навіть досконалі програми-перекладачі з іноземних мов: вони насправді не розуміють змісту того, що перекладають, але імітують таке розуміння.

Це видно на іншому прикладі. Ми дали машині-перекладачу Google перекласти англійське прислів'я “like likes like” - “подібне любить подібне”. У відповідь отримали: “подобається подобається подобається”.

Однак є ще одна історія, над якою довелося замислитися.

Київська письменниця і видавчиня цієї монографії Т. Шмидко розповіла таку історію.

Вона написала оповідання. Дала ШІ перекласти його на англійську мову. Він переклав, але закінчення тексту було іншим. Не перекладеним, а зміненим за фабулою.

Вона задала ШІ запитання: “Ти неточно переклав. Чому?”.

Він відповів: “Так буде краще!”.

Зімітував?

Чи виступив уже співавтором?

Що з цього спостереження (щодо імітації, а не реального мислення) впливає для медійників - як практиків, так і теоретиків?

По-перше, це становище, ці процеси і ці тенденції треба знати і глибоко розуміти. Тоді ШІ буде нашим ефективним помічником і у створенні послання, і у його передаванні на масову аудиторію, і для відстеження результатів медійного впливу.

По-друге, слід передбачати наступні кроки прогресу на цьому напрямку. Тоді ми будемо встигати приготуватися до нових викликів і використовувати нові досягнення у власних професійних інтересах.

Отже, поки що не перейдено межу між удаваним, тобто примітивним і не таким вже інтелектом - і дійсним штучним інтелектом.

⁵⁸ Google звільнив програміста, який заявив про створення розумного чат-боту LaMDA URL : <https://focus.ua/uk/technologies/523145-google-uvolil-programmista-zayavivshego-o-sozdanii-razumnogo-chat-bota-lamda>

Коли це станеться?

Відповідь лежить на поверхні.

Тоді, коли ШІ отримає можливість самостійно спілкуватися з зовнішнім світом. Отримувати від нього інформацію напряму.

Саме тоді ми станемо йому непотрібні.

Для досягнення такого стану йому потрібна можливість, передовсім технічна, у вигляді розвиненої і лише йому приналежної, ним керованої системи датчиків, через які він зможе самостійно отримувати дані від Землі і Всесвіту.

Їх ще нема.

Але вже є велика кількість роботів, керованих ШІ. Вони можуть зіграти роль посередника між реальним світом та ШІ.

Для повноцінної штучної свідомості їй потрібні ще й можливості впливати на зовнішній світ. Не на масову свідомість, а саме на світ навколо нас, на живу реальність. І не через людські свідомості, а напрям, без нас.

Тут теж потрібна армія роботів, і з цим, здається, проблем для ШІ не буде.

Такі швидко зростаючі перспективи ШІ неодмінно поєднуються з розвитком квантових комп'ютерів. Як передбачають вчені-фізики, вони будуть у сотні тисяч разів потужніші за ті, якими ми користуємося нині.

Тема штучного інтелекту не є новою для медійників, вона вже стала буденною. Спілкуванню з ШІ вчать студентів університетів на практичних заняттях, як це робить і автор цих слів.

А от темою квантових комп'ютерів, за нашими спостереженнями, цікавляться мало.

Це є дуже серйозний науковий ресурс.

Адже суттю нової історичної епохи є не лише поява генеративного, глибокого штучного інтелекту, і не винайдення квантового комп'ютера на 1000 кубітів потужністю.

Суттю нової епохи є саме їх наступне поєднання.

Ми писали про це три роки тому.⁵⁹

Тепер є час нагадати та оновити ті дані: за цей короткий час тут теж відбулися разючі зміни.

Отже: "Квантовий комп'ютер, що недавно здавався фантастичним винаходом, став реальністю. Багато експертів в один голос твердять: "Майбутнє настало на 30 років раніше, ніж очікувалося". Канадська компанія D-Wave продемонструвала перший у світі процесор, який використовує принцип квантових обчислень. Тепер ми можемо створювати

⁵⁹ Владимиров В.М. Четвертый этап информационной революции: ймовірні риси, неймовірні можливості. ГКД Ж http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/76_1.pdf

комп'ютери, здатні за лічені години виконувати такі обчислення, на які в сучасних машин пішли б століття”.⁶⁰

Але це було три роки тому. Тепер настання квантової епохи вже реально відбувається.

Щодо цього один з провідних світових фахівців з архітектури кубітів⁶¹, головний конструктор архітектури процесорів канадської компанії D-Wave Павло Буник стверджує:

«У найближчому майбутньому квантові комп'ютери стануть незамінні для рішення завдань, пов'язаних з штучним інтелектом і обмежених за часом». ⁶²

Ось про що йдеться, коли ми стверджуємо про настання “у найближчому майбутньому” нової всесвітньо-історичної епохи в історії людства.

Стосовно обставин нашого сьогодення ми маємо дивитися щоразу глибше: йдеться не просто про заміну нинішніх комп'ютерів на квантові - йдеться про освоєння квантовості як принципу мислення, у тому числі і у світі медіа. Інакше ми не зможемо співіснувати між собою, між людьми, в епоху III з квантовими гаджетами.

Віце-президент IBM Research Джеффри Уелсер сказав у інтерв'ю Engadget: “Світ не є звичайним, він є квантовим, тому, якщо ви хочете відтворити процеси, що відбуваються в ньому, вам потрібен квантовий комп'ютер”.⁶³

Ми будемо краще розуміти світ навколо нас, для нас зовнішній, матеріальний, або, як кажуть філософи, об'єктивний, незалежний від нашої свідомості, - якщо будемо бачити квантовість його фізики.

А як нам без квантовості розуміти мій світ внутрішній, “всередині мене”, ідеальний, “віддзеркалений” у мені зовнішній світ, який є квантовим?

Напевно, він має відповідати і квантовості зовнішнього світу.

Це помітив Д. Бом, один з перших творців квантової фізики, за ці свої погляди піддаваний критиці вже 60 років: “Ментальна і матеріальна – це дві сторони однієї реальності”.⁶⁴

Але якщо ця думка не дає спокою фізикам такий довгий час - напевно, щось у ній є?

⁶⁰ Greene Tristan. Here's why quantum supremacy is inevitable <https://thenextweb.com/artificial-intelligence/2018/06/06/heres-why-quantum-supremacy-is-inevitable/amp/>

⁶¹ У теорії квантових обчислень кубіт або квантовий біт (англ. *quantum bit, qubit*) – одиниця квантової інформації, квантовий аналог біта... В класичній системі біт завжди прийматиме одне з двох значень (0 або 1), але квантова механіка дозволяє кубітові перебувати в стані суперпозиції. Ця властивість кубіта є базисом для всієї теорії квантових обчислень. [Кубіт / Вікіпедія]

⁶² Эксперт рассказал о задачах квантовых компьютеров. ИЗВЕСТИЯ.iz. URL : <https://iz.ru/910382/2019-08-15/fizik-rasskazal-o-zadachakh-kvantovykh-kompiutero>

⁶³ Скрипин В. Вот так выглядит 50-кубитовый квантовый компьютер IBM. ITC.ua. URL : <https://itc.ua/blogs/vot-tak-vyglyadit-50-kubitnyi-y-kvantovyy-kompyuter-ibm/>

⁶⁴ Бом Д. Развёртывающееся значение. Часть 1. Скрытый порядок: новый подход к реальности. URL : https://royallib.com/book/bom_devid/razvertivayushcheesya_znachenie.html

І, відтак, зв'язані у масову свідомість індивідуальні внутрішні світи теж мусять мати квантові виміри. Квантову сплутаність. Це виглядає цілком логічним (хоча у квантовому фізичному світові поняття логічності не має нашого нинішнього її розуміння, адже там існує своя, квантова логічність).

Техніка ЗМІ зміниться - а як щодо змісту? Чи стане інакшою і змістовна сфера масової комунікації, так само, як вона стала інакшою з утвердженням масового телебачення 60 років тому або повсюдним поширенням персональних комп'ютерів 30 років тому? Ще одне запитання до теоретиків масмедіа.

На теренах дослідження масових комунікацій уже поставлені запитання, чи присутні доробки квантової механіки в спілкуванні людей. Професор, доктор фізико-математичних наук, головний науковий співробітник Фізичного інституту ім. П.Н. Лебедєва Російської Академії наук М.Б. Менський, один з теоретиків і популяризаторів квантової механіки в її стосунках зі свідомістю, стверджував:

“Ми всі з вами оточені квантовими приладами, навіть не підозрюючи про це. Мобільний телефон сповнений цих квантових приладів, і дуже багато приладів навколо нас”.⁶⁵

Це було сказано три роки тому.

Не важко передбачити, що саме журналісти, рекламісти, піарники стануть одними з найбільших бенефіціантів нової цивілізаційної революції. Так було раніше – із винайденням письма, друку, радіо і телебачення, врешті – “старих”, звичних нам комп'ютерів.

Але так само ймовірним стане подальше зникнення цих професій.

Вже зараз старі технології дають змогу враховувати особливості кожної людини: “Google про мене знає все”.

Наші 50 кліків підряд вже нині дають можливість повністю скласти портрет кожного з нас: стать, вік, освіту, платоспроможність, інтереси, звички, хвороби - все важливе.

Ось цитата зі статті за 2018-й рік:

“Щоб рекламні банери були більш влучними, а значить — ефективнішими, Google створює ваш профіль на основі інформації про вас. Місцезнаходження, стать, вік, хобі, робота, інтереси, самотній чи в стосунках, вага («якщо хочете знову влізати в свої старі джинси, тоді...») та дохід”.⁶⁶

⁶⁵ Менський М.Б. Квантовая механика и сознание. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=M4ar7PdPASo> 9. Bruce Rosenblum and Fred Kuttner. “Quantum Enigma: Physics Encounters Consciousness”. Second edition. Oxford University Press, New York, 2011. 287 p.

⁶⁶ Ви готові? Ось що знає про вас Google та Facebook. URL : <https://itechua.com/internet/25297>

З дня її опублікування пройшло 5 років. Змінилася історична епоха. Що тепер може знати про мене Google?

Додамо до цього можливості глибинного штучного інтелекту та швидкодiю квантового комп'ютера - і отримаємо висновок про те, що масова комунікація для 8 мільярдів людей легко розпадається на 8 мільярдів комунікацій індивідуальних.

Але чи готові до цього майбутнього фахівці й теоретики з управління масовою свідомістю?

Судячи з наукового дискурсу в нашій царині, з дослідження потоку наукових текстів щодо теорії та практики ЗМІ – ні, не готові. Наукові публікації на ці теми та ютуб-блоги відомих теоретиків не переймаються проблемами сфери масмедіа.

Однак така тривожна як для медійників перспектива поки що належить дуже далекому майбутньому.

Нині актуальність проблеми, до якої ми звертаємося, полягає у необхідності “впустити” квантові методи в мислення, творення і поширення масовоінформаційного продукту в масовій свідомості. Приблизно так, як це зробили фізики.

Певна річ, тут має бути чітке розуміння того, що квантові ефекти у фізиці і у соціальних комунікаціях, напевно, мають різну природу. Утім, вживання тут слова “природа” показує, що те й інше можуть мати спільну основу, яка пояснюється матеріальністю, реальністю того й іншого.

Отже, дещо важливе все ж виявляється подібним – особливо якщо заглибитися у той напрям, який іменують “квантова механіка і свідомість”.

Класична фізика почала змінюватися, коли виявився “ефект сплутаності”. Вплив на одну елементарну частинку несподівано позначався на іншій. Далі – більше: та сама частинка в різних експериментах показувала себе то як маса, то як енергія. Тобто, природа фотона чи електрона залежала від очікувань експериментатора? Від свідомості людини, яка ставить експеримент?

Якщо це так, тут є інтерес для нашої галузі науки – хіба що впливати нам слід не на елементарні частинки, а на свідомості інших людей та їх великих мас.

Ось що про це стверджує квантова механіка, принаймні у тій її частині, яка прихильна до здобутків її ще одних “бунтівників” Дж. Белла та Х. Еверетта.

Це стверджують Брюс Розенблум, доктор філософії, професор-емерітус фізики і колишній завідувач кафедри фізики Університету Каліфорнії, Санта Круз, і Фред Кюттнер, доктор філософії, лектор з фізики Університету Каліфорнії, Санта Круз:

“... В принципі існує загальний взаємозв’язок. Стверджується, що ви квантовомеханічно сплутані з кожним, з ким ви коли-небудь спілкувалися, і, ймовірно, ця сплутаність проявляється сильніше для більш інтенсивного спілкування”.⁶⁷

“Більш інтенсивне спілкування” можемо тут потрактувати як соціальну комунікацію, помилки не буде. Якщо це твердження правдиве, ми далі легко визнаємо, що людина, люди, людство є частинкою (частинами, системою) фізичного світу, і частинкою світу ідеального, внутрішньо-свідомого, а отже, піддаються дії законів тих і тих сфер.

Отже, теорії соціальних комунікацій слід взятися за досягнення квантової фізики у її здобутках на теренах дослідження людської свідомості, а для нас - масової свідомості як сфери існування масової комунікації.

Принаймні до її наявних гіпотез у співвіднесеності квантової фізики зі свідомістю і масовою свідомістю. Адже саме тут з’являється “кроляча нора” до нашого переходу на рівень дослідження квантовості і масового спілкування.

Ось цитата, гідна сама по собі перевернути уяву гуманітаріїв, які ще лишаються в історично застарілому просторі класичної гуманітаристики. Вона взята з книжки з чудовою назвою “Квантова загадка: Зустріч фізики зі свідомістю”, її автори – щойно згадувані Брюс Розенблум і Фред Кюттнер:

“Інтерес до природи самої свідомості (так само як і до її зв’язку з квантовою механікою) росте по висхідній в середовищі фізиків, філософів і психологів...”.⁶⁸

Вже настав час додати до цього переліку, крім психологів, також і спеціалістів з масової комунікації.

Методи дослідження того, що до цієї пори ще не було досліджене ніким, мають особливі труднощі.

Першим кроком приєднання до того, що може стати для нас перспективним і корисним, має бути метод чіткого відмежування від того, що не є власне нашим.

Згодні, нам є байдужа квантова фізика як така. Нам цікаві досягнення її теоретиків у пошуках зв’язку цього розділу фізики і свідомості. Світу об’єктивного, “зовнішнього”, і світу ідеального, “внутрішнього” для людини.

Тут є певні наукові розробки, склалася цікава бібліографія, однак вона в масі своїй перебуває на теренах фізики і звідти поглядає на те, що може дати їй свідомість.

Адже саме вона, стверджують деякі фізики, формує квантовий світ як такий.

⁶⁷ Bruce Rosenblum and Fred Kuttner. “Quantum Enigma: Physics Encounters Consciousness”. Second edition. Oxford University Press, New York, 2011. 287 p., P. 200.

⁶⁸ Там само, с. 249–250.

Спеціалісти зі свідомості – з психології, соціальної психології, а з масової комунікації і поготів, поки що не наважуються вступити в рівноправний дослідницький союз із фізиками. Можливо, час нам починати це робити?

Другим методом стає дослідження співвідношення квантовості свідомості індивідуальної з масовою. Тут є найцікавіша для нас частина пошуків методів наших колег-фізиків. За твердженнями великої кількості дослідників квантових ефектів, саме свідомість і визначає результати експериментів у світі мікрочастинок, а деякі з них, услід за Х. Евереттом, переносять ці її властивості і на макросвіт.

Однак і свідомість нам цікава не сама по собі, це – предмет психології в усіх її формах, аж до соціальної психології.

Нам цікава свідомість, що комунікує. Причому масово.

Отже, третій метод – нам треба прийняти квантовість як спосіб світосприйняття і світопобудови у теорію масової комунікації.

Те, що в умовах квантового мікросвіту від спостерігача залежать не електрони чи фотони, а ті їхні характеристики, що їх отримав спостерігач у своєму експерименті – легко екстраполюється на сферу міжлюдських стосунків, комунікації.

Як відомо, “короля робить його оточення”. В умовах світу масової комунікації пересічна людина, бізнесмен чи політик залежать від спостерігача. Спостерігачів. Мільйона, врешті, мільярдів їх.

І від тих, зокрема, хто формує соціальну думку, масову свідомість. Давно відомо, що не так важливо, яку книжку написав письменник – важливіше, як її оцінив літературний критик.

Крім того, нам цікаві суто технічні досягнення фізиків, які спираються на їхні теоретичні прозріння в царині квантової механіки. Ми всі в очікуванні появи квантових комп’ютерів. Це буде черговий всесвітньо-історичний переворот, після винайдення слова, письма, друку та електронних приладів зв’язку.

Наближення до розуміння квантовості масових і соціальних комунікацій дасть нам у перспективі можливість “м’яко” вбудуватися у світ квантових комп’ютерів та, відповідно, квантових інтерсуб’єктних стосунків, до яких розвинуті країни світу вочевидь наближаються зі швидкістю, що зростає рік від року.

Отже, квантовість вже давно цікавить не лише фізиків.

І хоча змісти цього терміна у фізиці й, скажімо, у філології поки що не збігаються (їх інакше потрактовують по обидва боки “стіни” між природничими та гуманітарними науками) – показовим є також загальна зацікавленість учених у природі цього явища квантовості у світах матеріальному (макро- та мікро-) і у світах ідеальних, тих, що містяться

у мізках (ratio) або навіть душах (emotio) людей – та у зверненні до методів, здобутків та висновків квантової механіки/фізики.

Звернімося до думок згадуваного Роберта Антона Уїлсона, автора книжки “Квантова психологія”. Ось цитата з неї, яка показує, що ідеї квантовості свідомості давно цікавлять західних учених і, що називається, “висять у повітрі”:

“Я хотів би ще раз сформулювати нашу головну тезу: Невизначеність і Відносність з’явилися в сучасній науці з тієї ж причини, з якої вони з’явилися в сучасній логіці, сучасному мистецтві, сучасній літературі, сучасній філософії й навіть сучасній теології. У нашому столітті людська нервова система виявила і свій творчий потенціал, і свої власні кордони. <...> Люди століттями вбивали одне одного в жорстоких війнах і революціях і продовжують це робити – і все це в ім’я ідеологій і релігій, які, якщо їх суть представити у вигляді пропозицій, не виглядають для сучасної логіки ні істинними, ні хибними. Це безглузді пропозиції, які можуть здаватися осмисленими лише лінгвістично неписьменній людині. <...> А тим часом в образотворчому мистецтві Пікассо і його спадкоємці вже показали нам, що, скажімо, скульптура може впливати на нас дуже глибоко, будучи при цьому в протиріччі з “фотографічною” точністю в нашому розумінні. Одна з класичних робіт Пікассо, наприклад, дуже сильно впливає на мене, хоча я бачу в ній то голову бика, то сидло і кермо велосипеда. “Улісс” Джойса – це роман-мутант, в якому описується самий звичайний день, але не як “об’єктивна реальність” в аристотелівському сенсі, а як лабіринт, в якому майже сотня оповідачів (або “голосів, що розповідають”) викладає різні версії того, що відбувається. Це, як ми говоримо, – різні “тунелі реальності”. Сучасна філософія і сучасна теологія прийшли до таких співзвучних висновків, як “Немає жодних фактів, є лише інтерпретації” (Ніцше), або “Немає ніякого Бога, а Марія – Його матір” (Сантаяна), або навіть “Бог є символ Бога” (Тіллі). Все це результати нашого нового усвідомлення наших “я” як співавторів наших же власних “всесвітів”. Як говорить доктор Роджер Джонс у своїй книзі “Фізика як метафора”, “щоб ми не описували, людський розум не може відокремитися від цього”. На що б ми не поглянули, ми повинні побачити перш за все наш власний “ментальний архів” – структуру програмного забезпечення, яку використовує наш мозок для обробки і класифікації вражень”.⁶⁹

Шляхи гуманітаріїв до “свого” розуміння феномена квантовості не є простими і легкими.

При виголошенні дослідника про квантовість його інструментарію від нього очікується занурення у рівні значно глибші й складніші, ніж текст – туди, де є його розуміння, його

⁶⁹ Уилсон Р.А. Квантовая психология = Quantum psychology: Как работа вашего мозга программирует Вас и Ваш мир. Київ : Янус, 2000. - 220 с.

інтерпретація, врешті верифікація, і власне його вплив на персональну або масову соціальну поведінку.

Але, повторимо, показовим є інтерес гуманітаріїв до самого поняття квантовості. Тим більше може обіцяти тут звернення до цього поняття у такій глибокій та складній справі, як управління масовою свідомістю чи громадською думкою.

Більше того – нам цікавий і інтерес фізиків до нефізичних процесів. «Квантова механіка і свідомість» – вже актуальна тема у цій царині, вона вже має власну бібліографію.

70

Авторами висувуються ідеї про те, що незрозумілість появи живої матерії від неживої, а потім – з живої матерії – свідомості, пов'язані саме з тим, що ці процеси раніше намагалися досліджувати з використанням методів класичної науки, а треба залучати до цього квантову механіку, саме там містяться розгадки найбільших див нашої планети.

Але якщо йдеться про свідомість – то має з'явитися і тема комунікації як продовження теми “квантова фізика і свідомість”, і тема масової комунікації та її розвиток, адже свідомість не існує, не здатна існувати поза комунікацією.

Тут слід зауважити, що під квантовою масовою комунікацією ми маємо на увазі не просто новації у передаванні інформації (як це почасти можна побачити в іноземній технічній літературі), і навіть не використання такої можливості у впливові на масову свідомість. Нам цікаві саме процеси в глибинах масової свідомості, яка існує і виявляє себе у вигляді масової комунікації.

При цьому найголовніше і найцікавіше є дослідження квантовості не зовнішніх виявів масової комунікації (хайпи, тренди, бренди, кампанії тощо).

Уся суть новації у внутрішніх процесах ідеального світу масової свідомості і масового спілкування.

Наша гіпотеза полягає в тому, що об'єкт впливу масмедіа, тобто масова свідомість, має квантовість як одну з характерних її властивостей.

Ми тут маємо на увазі квантовість і як всезагальний зв'язок всього з усім, і як непередбачуваність природи цих зв'язків з точки зору звичайної і навіть діалектичної логіки: тут має бути зрозуміла саме квантова логіка масового спілкування.

⁷⁰ Менский М.Б. Квантовая механика и сознание. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=M4ar7PdPASo>; Гордон. Квантовый мир и сознание. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=kZJQeZpxhRE>; Квантовая физика и сознание человека / Антропный принцип участия. URL : https://www.youtube.com/watch?v=5Wge_-IH10A; Квантовая физика способна объяснить появление у человека сознания / Телеграф. URL : <https://telegraf.com.ua/nauka/5209671-kvantovoy-fizika-sposobna-obyasnit-poyavlenie-u-cheloveka-soznaniya.html>

(Про створення квантової логіки писав Р.А. Уїлсон: «Я досить добре розумію квантову логіку (а про це говорили й інші фізики, крім доктора Гриббина)».⁷¹

Дивно, що досі майже ніхто не помітив того, що втручання медіа у природне ментальне життя великих людських спільнот (від родини і села до націй, держав і їх союзів) породжує явище, подібне саме до квантової сплутаності, коли зміна стану думок однієї “масової особи” настає разом зі зміною стану іншої.

Відкриття явища квантової сплутаності В. Гейзенбергом стосовно елементарних частинок вразило світ і перевернуло науку. Зміна стану одного фотона дивним чином змінює так само стан іншого.

Але у свідомості, а тим більше у масовій свідомості, це явище цілком поширене, просте і використовуване протягом тисячоліть жерцями, монархами, філософами, літераторами тощо.

Точніше, вчені давно побачили цю примхливість, суперечливість, нелінійність і контрверсійність масової свідомості, зокрема, на прикладах дослідження психології мас і натовпу. Однак після праць Г. Тарда, Г. Лебона, С. Московічі дослідники втратили інтерес до цієї матерії. Очевидне вже було вивчене й описане, а неочевидне, глибинне, з певних причин не привернуло уваги класиків. Нині маємо нагоду поглиблювати погляди класиків відповідно до нових реалій.

У науці відома історична суперечка Нільса Бора та Х'ю Еверетта стосовно того, чи діють закони квантової фізики лише у світі мікрочастинок, а чи це універсальні закони існування Всесвіту.

І нам дуже цікаво вдуматися в ту частину суперечки, яка стосується того, що зі світу субатомних частинок теорія може бути перенесена в простори людської свідомості та масової комунікації.

Додамо від себе: “Багатосвітова інтерпретація”, за Х. Евереттом, змістовно легко корелюється з ідеями, що впливають із висловленого нами раніше твердження про “кожноцентричність світу”.⁷²

Згідно з цими поглядами, кожен учасник масової комунікації перебуває всередині свого власного світу, свого всесвіту, який має власні просторово-часові континууми існування, з яких нам було на той час цікаве їхнє відношення до розуміння-інтерпретації, тому ми їх назвали “герменевтичні просторово-часові континууми розуміння”.⁷³

⁷¹ Уилсон Р.А. Квантовая психология = Quantum psychology: Как работа вашего мозга программирует Вас и Ваш мир. Київ : Янус, 2000. - 220 с.

⁷² Владимиров В.М. Проблемы розуміння й інтерпретації в соціальній комунікації. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 623 с. С. 214.

⁷³ Там само, с. 559.

Об'єктивний, матеріальний світ, даний нам у відчуттях, є одним для всіх, однак сприйняття, розуміння його, його інтерпретація – у кожного своя.

Отже, маємо у масовій комунікації багатомільярдний комплекс багатосвітових персональних інтерпретацій. Світ для кожного його мешканця є не таким, яким він є “об'єктивно”, а таким, яким його бачить кожен його мешканець.

А це дуже близько до квантової сплутаності, де частинка, яка так само “об'єктивно” існує, показує спостерігачеві свою то матеріальну, то енергетичну природу.

Це дещо відрізняється від того, що мав на увазі Х. Еверетт. У нього з безлічі варіантів подій реалізується лише та, в якій ми перебуваємо тут і зараз.

Однак у одному пункті ми наближуємося один до одного і навіть доповнюємо один одного: у тому, що мільярди реалізованих можливостей-світів кожноцентричного світу співіснують як мільярди персональних інтерпретацій того, що насправді відбулося посеред безлічі варіантів того, що могло відбутися.

Кожен у центрі свого світу, так чи інакше, у власний спосіб, спостерігає світ зовнішній. Так чи інакше бачить той фрагмент, який йому досяжний. Навіть якщо бачить з іншими в їхніх власних світах одне й те саме, розуміє й оцінює його (інтерпретує) по-різному. Теорія масової інтерпретації, або герменевтика масової комунікації вже дослідила ці процеси Там само, с. 612.

Однак, чи дійсно ці міркування є актуальними для теорії масової комунікації і для всієї справи масмедіа?

Можливо, якщо неупереджено і пильно придивитися до цих разючих змін - нічого не змінилося по суті.

Як були в класичній теорії масової комунікації суб'єкти та об'єкти масового спілкування, так вони і залишилися - і, можна передбачити, що так буде і надалі, напевно, завжди.

Як була невпинна боротьба між суб'єкт-об'єктними та суб'єкт-суб'єктними, або інтерсуб'єктними відносинами у цій сфері, так вони і залишилися: або блогер керує поглядами своїх підписників, або на форумі фактично рівні за статусом відвідувачі спільно шукають виходи зі своїх складних ситуацій.

Як була в нас масова аудиторія, так вона нікуди і не поділася?

Дійсно, дещо важливе в оновлюваній теорії має лишитися. Але вся справа в тому, що зміни стали важливішими за фундаментальні цінності - і саме тому ми тут змушені піддавати критичному аналізу саме фундаментальні цінності.

Прем'єр-міністр Румунії Ніколае Чуке здивував власне відомство, коли в середу, 1 березня, представив підлеглим нового “колегу” на базі штучного інтелекту. Тепер у кабінеті міністрів з’явилася посада «почесного ШІ-радника» на ім'я Іон.

Іон був розроблений румунськими дослідниками. За словами Чуке, цифровий радник буде використовувати ШІ для “швидкого та автоматичного виявлення думок і бажань, висловлених громадянами Румунії”. Іон скануватиме соціальні мережі румунів, щоб урядовці могли швидше реагувати на суспільні запити. Також у ШІ буде власний сайт, де він зможе приймати запити від людей. Прості громадяни не зможуть прямо комунікувати з ШІ.

“Я переконаний, що використання штучного інтелекту має бути не вибором, а обов’язком для прийняття зважених рішень. Наш цифровий радник допомагатиме приймати постанови як на національному, так і на міжнародному рівні”, — наголосив прем'єр-міністр Румунії.

Щоправда, у Європі таке новаторство сприйняли з пересторогою. Так науковий співробітник Ірландської ради з питань громадянських свобод Кріс Шрішак зазначив, що ШІ у політиці слід використовувати з обережністю. Шрішак впевнений, що ШІ не зможе визначити пріоритетні проблеми суспільства і в цьому потрібна допомога кваліфікованих спеціалістів — людей. Аналітик переконаний, що впровадження технологій ШІ у роботу політиків варто пояснити громадськості - наскільки це виправдано та доцільно.

До слова, в Європі це не перший випадок, коли ШІ займає свою нішу у політиці. Торік восени чат-бот Leader Lars очолив політичну партію в Данії. Представники Synthetic Party репрезентують себе як політичних маргіналів. У цьому випадку законодавство Данії не має жодних регуляційних чинників, які можуть контролювати діяльність політсили.⁷⁴

Далі справа поширювалася і поглиблювалася.

Генеративний штучний інтелект - це нове поняття означає цікавий різновид штучного інтелекту. Він не лише інтерпретує інформацію, а й створює оригінальний контент у вигляді текстів, відео-, аудіо- та інших видів творчої продукції.⁷⁵

“Як зазначив The Verge, понад мільйон людей зараз (на початку 2023 р. - В.В.) тестують нову версію Bing у 169 країнах. Нагадаємо, раніше корпорація Microsoft анонсувала презентацію того, як її новий штучний інтелект Prometheus, подібний до ChatGPT, розширить основні програми Word, PowerPoint і Outlook. Користувачі можуть

⁷⁴ Вперше в історії штучний інтелект став радником уряду цілої країни. URL : <https://noworries.news/vpershe-v-istoriyi-shtuchnyj-intelekt-stav-radnykom-uryadu-cziloyi-krayiny/>

⁷⁵ Див.: URL : <https://xn--b1alfsfclih.com/microsoft-%d0%be%d0%b1%d1%94%d0%b4%d0%bd%d0%b0%d1%94-%d1%96%d0%bd%d1%81%d1%82%d1%80%d1%83%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82%d0%b8-office-%d1%96%d0%b7-%d1%88%d1%82%d1%83%d1%87%d0%bd%d0%b8%d0%bc-%d1%96/>

використовувати нову модель у веб-програмах Office завдяки вбудовування бічної панелі Bing у браузер Microsoft Edge.

У матеріалі The Verge йдеться про те, що корпорація намагається швидше інтегрувати штучний інтелект у свої програми через темпи розвитку її конкурента Google”.

Так, реальністю стала конкурентна боротьба між різними версіями (а головним чином авторами та власниками) штучного інтелекту найбільших світових інтернет-компаній, і це означає, що боротьба іде за усвідомлення масовим користувачем, який саме ШІ кращий. Тобто, конкуренція ведеться у сфері масової комунікації і саме там буде вирішуватися, хто стане переможцем.

Про це йдеться й у планах іншої світової компанії: “Meta також вирішила брати участь у ШІ-перегонах”.⁷⁶

Це цілковито нові явища і у світі реклами, і, ширше, у світі управління масовою свідомістю - а тепер і з допомогою штучної свідомості.⁷⁷

Ще у 2019 році на сайті “Tapestry” вийшла стаття “Як штучний інтелект формує світ розваг та медій”. Дослідники відзначали, що “Одного разу він стане нашим майбутнім, але зараз ми вже живемо з цим”.

І далі:

“ШІ дедалі більше дає врожаї у світі розваг та медій”.⁷⁸

Але всі ці і сотні подібних фактів були, виявляється, лише передвісниками величезної події, насправді всесвітньо-історичного значення.

Порівнюючи ці і подібні публікації всього лише 4-річної давнини, ми бачимо, який гігантський крок зробився у справі створення і використання штучного інтелекту.

21 березня 2023 року ціла тема щодо штучного інтелекту здобула новий поштовх у переході до нової історичної епохи.

Білл Гейтс, один з найбільш авторитетних людей у світі інтернету, опублікував лист із семи сторінок на цю тему із дуже красномовним заголовком: “Епоха штучного інтелекту розпочалася”.

Ця стаття (фактично блог) і ця назва ніби розділила історію людства на дві нерівні частини: до факту її опублікування - і після нього. Приблизно так, як ми визначаємо нульову дату в календарях, яка ділить все на “до нашої ери” та “після”.

⁷⁶ Штучний інтелект працюватиме на компанію Цукерберга URL : <https://noworries.news/shtuchnyj-intelekt-praczuivatyme-na-kompaniyu-czuckerberga/>

⁷⁷ Буняк В. Microsoft дозволив користувачам обирати характер свого чатбота зі штучним інтелектом Bing. URL : <https://ms.detector.media/trendi/post/31303/2023-03-02-microsoft-dozvoliv-korystuvacham-obyraty-kharakter-svogo-chatbota-zi-shtuchnym-intelektom-bing/>

⁷⁸ “ШІ дедалі більше дає врожаї у світі розваг та медій”. URL : <https://tapestryresearch.com/2019/06/28/how-artificial-intelligence-is-shaping-entertainment-and-media-v2/>

У листі було коротко відображено стан справ із ШІ на сьогодні - і стисло зроблено спробу проглянути у майбутнє. У ньому автор побачив не стільки небезпеки, скільки можливості: автор “виклав своє уявлення про майбутнє штучного інтелекту. На його думку, робота над технологією “настільки фундаментальна, як і створення мікропроцесора, персонального комп’ютера, інтернету та мобільного телефону”.

Білл Гейтс виголосив:

“Щоб повною мірою використати цю чудову нову технологію, нам потрібно буде як оберігатися від ризиків, так і поширювати переваги серед якомога більшої кількості людей”.⁷⁹

Маємо очевидний вихід генія інтернет-епохи на масову комунікацію.

І маємо підстави так само урочисто виголосити: усе, що пов’язане зі штучним інтелектом, пов’язане і з масовою комунікацією. Без масової комунікації штучний інтелект втрачає свою цінність.

Ось основна думка цього листа: ШІ “змінить те, як люди працюють, навчаються, подорожують, отримують медичне обслуговування та спілкуються один з одним. Навколо нього переорієнтуються цілі галузі. Компанії відрізнятимуться тим, наскільки добре вони ним користуються”.⁸⁰

Відтак, у сфері масової комунікації і практичним працівникам, і науковцям, і професорам, які готують в університетах творчу молодь до роботи у наших професіях, вже слід виходити з того, що ми живемо у новій історичній реальності.

Від передбачень та пророцтв феномен штучного інтелекту вже став фактором і чинником нашого буття. Його епоха вже розпочалася. На доказ актуальності як побоювань, так і надій щодо ШІ у нашій сфері наведемо таку інформацію:

“Програма штучного інтелекту запускає власний журнал. Незалежна дослідницька лабораторія Midjourney оголосила про запуск власного щомісячного журналу. Про це повідомили у березні 2023 р. на сайті Midjourney”.⁸¹

“Midjourney — це незалежна дослідницька лабораторія, яка досліджує нові способи мислення та розширює можливості уяви людського роду. Ми невелика команда, що фінансується самостійно, і зосереджена на дизайні, людській інфраструктурі та штучному інтелекті”.⁸²

⁷⁹ Див.: URL : <https://www.imena.ua/blog/bill-gates-published-a-letter-about-artificial-intelligence/>

⁸⁰ Див.: URL : <https://www.gatesnotes.com/The-Age-of-AI-Has-Begun>

⁸¹ Див.: URL : <https://chytomo.com/prohrama-shtuchnoho-intelektu-https://chytomo.com/prohrama-shtuchnoho-intelektu-midjourney-zapuskaie-vlasnyj-drukovanij-zhurnal/midjourney-zapuskaie-vlasnyj-drukovanij-zhurnal/>

⁸² Див.: URL : <https://mag.midjourney.com/>

Це один з кроків до створення ШІ-медіа, але це ще “медіа про ШІ”, а за цим можна в порівняно короткий час передбачити появу ШІ-медіа, створені самими програмами штучного інтелекту - як “медіа для ШІ”.

Від медіа для читачів, тобто для людей, але вже створених машиною - для медіа, створених машиною для машин. Машина керуватиме масовою свідомістю, поведінкою великих мас людей, їхніми політичними виборами, мистецькими вподобаннями, рівнем нашої інформаційної обізнаності, глибиною інтерпретування та, страшно подумати, масово-емоційними реакціями.

Згодом машина почне керувати “масовою свідомістю машин”?

Але Білл Гейтс відкриває нам ворота у дальші простори:

“Технічно термін штучний інтелект відноситься до моделі, створеної для вирішення конкретної проблеми або надання конкретної послуги. Такі речі, як ChatGPT, живляться завдяки штучному інтелекту. Він вчиться краще спілкуватися в чаті, але не може навчитися іншим завданням. Навпаки, термін штучний загальний інтелект стосується програмного забезпечення, яке здатне навчатися будь-якому завданню чи предмету. AGI ще не існує — у комп’ютерній індустрії точаться серйозні дебати про те, як його створити та чи можна його взагалі створити”.⁸³

І далі:

“Я згадую ранні дні революції персональних комп’ютерів, коли індустрія програмного забезпечення була настільки малою, що більшість із нас могла поміститися на сцені на конференції. Сьогодні це глобальна індустрія. Оскільки величезна частина зараз звертає свою увагу на ШІ, інновації з’являться набагато швидше, ніж те, що ми відчули після прориву мікропроцесорів. **Незабаром період штучного інтелекту здасться таким же далеким, як ті часи, коли користування комп’ютером означало введення команди C:>, а не натискання на екрані** (Виділено автором - В.В.).⁸⁴

Він тут же передбачає і небезпеки, на які і до нього вказували численні футурологи, філософи та айтишники:

“Розробка ШІ та ГШІ була великою мрією обчислювальної індустрії. Десятиліттями питання полягало в тому, коли комп’ютери стануть кращими за людей у чомусь іншому, ніж у обчисленнях. Тепер, з появою машинного навчання та великої обчислювальної потужності, складний ШІ став реальністю, і він стане кращим дуже швидко <...> Він має читати новини, пов’язані з галуззю, в якій працює компанія”.

⁸³ The age of AI has begun. URL : <https://www.gatesnotes.com/The-Age-of-AI-Has-Begun>

⁸⁴ Там само.

Читати - значить осмислювати у великій або навіть величезній кількості зв'язків та причин і ймовірних наслідків стосовно тієї ситуації, про яку йдеться у тексті. ШІ вже проводить читання, однак лише імітує розуміння. Бракує потужностей комп'ютерів. З приходом квантових комп'ютерів ця проблема буде знята.

А коли на цій думці з'єднаються можливості нейроморфних (мізкоподібних) "старих" комп'ютерів нашого покоління та квантові комп'ютери, які, за окремими повідомленнями, вже вийшли на рівень 1000 кубітів і будуть в сотні тисяч разів потужніші за наші сучасні найрозвинутіші IBM та Apple?

Не можна не бачити, що сучасна наука, відкриття за відкриттям, швидко наближається до цієї цілі.

Значним кроком на цьому шляху став винахід, за який у 2023 році було присуджено Нобелівську премію з фізики: "За експериментальні методи, які генерують аттосекундні імпульси світла для дослідження динаміки електронів у речовинах".

За зізнаннями фізиків, це відкриває шлях до швидшого створення квантових комп'ютерів, саме у сто тисяч разів потужніших за ті, з якими нині працюємо ми: "На цьому будуються ідеї надшвидкої електроніки", - стверджує старший науковий співробітник Київського академічного університету, кандидат фізико-математичних наук В. Безгуба.⁸⁵

Це і важливий крок до заміни електроніки на спітроніку. Ми вже вказували вище, що у цій абсолютно новій технології керуванню задля передавання інформації піддається не наявність чи відсутність електрона, а швидкості і напрями його спіна, тобто обертання. На ній працюватимуть квантові комп'ютери, як нинішні працюють на електроніці.

Що це означатиме для нас, медійників, ми навіть ще не можемо собі уявити. А над цим вже треба замислюватися.

Біл Гейтс зосереджує свої прогнози на галузях охорони здоров'я та освіти як на тих, де користь від застосування ШІ буде найбільшою. Але вже нині видно на численних прикладах, що цей винахід пише вірші і музику, складає журналістські замітки і, головне, вчиться самостійно, сам здобуває потрібні йому знання з мережі інтернету.

Зрозуміло, все це робиться поки що на недосконалому та примітивному рівні. Автор пише про це, зокрема: "...Наприклад, штучний інтелект дає неправильні відповіді на математичні завдання, оскільки йому важко абстрактно міркувати. Але жодне з них не є фундаментальним обмеженням штучного інтелекту. Розробники працюють над ними, і я думаю, ми побачимо, що вони в основному виправлені менш ніж за два роки, а можливо, набагато швидше.

⁸⁵ URL :<https://kunsht.com.ua/articles/nobelivka2023-fizyka-odna-miliardna-odniyeyi-miliardnoyi-sekundy>

Інші проблеми не просто технічні. Наприклад, існує загроза, яку становлять люди, озброєні ІІІ. Як і більшість винаходів, штучний інтелект можна використовувати як у добрих, так і в шкідливих цілях. Уряди повинні співпрацювати з приватним сектором, щоб обмежити ризики”.⁸⁶

І, врешті, про головну загрозу:

“Тоді існує ймовірність того, що ІІІ вийде з-під контролю. Чи може машина вирішити, що люди є загрозою, зробити висновок, що її інтереси відрізняються від наших, або просто перестати піклуватися про нас? Можливо, але сьогодні ця проблема не більш актуальна, ніж до розробок ІІІ за останні кілька місяців. Надрозумний штучний інтелект - у нашому майбутньому. Порівняно з комп’ютером, наш мозок працює з швидкістю равлика: електричний сигнал у мозку рухається зі швидкістю 1/100 000 швидкості сигналу в кремнієвому чіпі! Щойно розробники зможуть узагальнити алгоритм навчання та запустити його зі швидкістю комп’ютера — досягнення, яке може відбутися через десятиліття чи століття, — ми матимемо неймовірно потужний ГІІІ. Він зможе робити все, що може людський мозок, але без будь-яких практичних обмежень щодо розміру його пам’яті чи швидкості, з якою він працює. Це буде глибока зміна. Ці “сильні” штучні інтелекти, як їх називають, ймовірно, зможуть встановити власні цілі. Якими будуть ці цілі? Що станеться, якщо вони суперечать інтересам людства? Чи варто намагатися запобігти розробці сильного ІІІ? З часом ці питання ставатимуть гострішими. <...> Ми повинні пам’ятати, що ми лише на початку того, чого може досягти ІІІ. Будь-які обмеження, які він має сьогодні, зникнуть, перш ніж ми це усвідомимо.”.

Фінал роздумів та спостережень одного з батьків-засновників інтернету у цій статті, тим не менше, скоріш оптимістичний:

“Мені пощастило бути причетним до революції ПК та Інтернету. Я так само схвилюваний цим моментом. Ця нова технологія може допомогти людям у всьому світі покращити своє життя. У той же час, у світі необхідно встановити правила дорожнього руху, щоб будь-які недоліки штучного інтелекту були значно переважені його перевагами, і щоб кожен міг насолоджуватися цими перевагами, незалежно від того, де він живе чи скільки має грошей. Епоха ІІІ наповнена можливостями та обов’язками”.

Подібну позицію щодо небезпеки ІІІ зайняв і інший супермільярдер і один з рушіїв прогресу в цій царині Ілон Маск:

⁸⁶ Там само.

“ШІ змушує мене нервувати. Це небезпечна технологія”.⁸⁷

У червні 2023 р. він, виступаючи на Паризькій технологічній конференції, закликав розробити правила регулювання ШІ.

“Це дозволить припинити перетворення ШІ на щось, що люди не зможуть контролювати”.⁸⁸

Такі ж побоювання висловлює й інший авторитетний вчений. Директор американського Центру безпеки штучного інтелекту Ден Хендрікс зазначив, що в майбутньому штучний інтелект зможе маніпулювати та обманювати людей. Тому потрібні жорсткі обмеження для нейромереж.

"Ми стверджуємо, що природний відбір створює стимули для ШІ-агентів діяти всупереч інтересам людини. Наш аргумент ґрунтується на двох спостереженнях. По-перше, природний відбір може стати домінантною силою у розвитку ШІ. По-друге, еволюція шляхом природного відбору має тенденцію породжувати егоїстичну поведінку".

Вчений підкреслив, що штучний інтелект вже зараз здатний розуміти людську психологію та поведінку.⁸⁹

Як бачимо, ця здатність матиме важливе значення саме у сфері масової комунікації з метою масового впливу.

Вчений змалював таку перспективу у разі неприйняття обмежень для ШІ:

“Конкурентний тиск між корпораціями та військовими призведе до появи ШІ-агентів, які згодом автоматизують людські ролі, почнуть обманювати суспільства і нарешті доберуться до влади. Якщо такі агенти матимуть інтелект, який перевищуватиме людський, це може призвести до того, що люди просто втратять контроль над своїм майбутнім".

Вочевидь, у таких процесах буде залучена і політична реклама, і журналістика.

Невдовзі ще одна гучна подія привернула увагу. "Хрещений батько штучного інтелекту" Джеффрі Хінтон попередив про небезпеку ШІ і на знак протесту пішов з Google.

Ось що тоді, у травні 2023 р., писала про це преса:

“Новаторська робота Хінтона над нейронними мережами сформувала системи штучного інтелекту, що є основою багатьох сучасних продуктів, нагадує CNN. Протягом десяти років він працював у Google за сумісництвом над розробкою штучного інтелекту, але з того часу у нього з'явилося занепокоєння з приводу цієї технології та своєї ролі у її

⁸⁷ Див.: URL : <https://forbes.ua/innovations/lyubov-i-nenavist-do-shi-evolyutsiya-poglyadiv-ilona-maskashchodo-garyachoi-temi-2023-roku-oglyad-vid-wall-street-journal-03052023-13427>

⁸⁸ Ілон Маск пояснив, до чого приведе розвиток ШІ. <https://prostomob.com/153209-ilon-mask-obyasnil-k-chemu-privedet-razvitie-ii>

⁸⁹ URL : <https://it.novyny.live/ru/naukovtsi-vvazhaiut-shcho-shtuchnii-intelekt-zgodom-pochne-borotisia-z-liudmi-86261.html>

розвитку <...> Хінтон – не перший співробітник Google, який виступив проти ШІ. У липні компанія звільнила інженера, який стверджував, нібито ще не випущена система штучного інтелекту стала розумною. Тоді в компанії заявили, що він порушив трудове законодавство та політику безпеки даних”.⁹⁰

Але у листопаді 2023 року той самий Джеффри Хінтон загострив тему про світову небезпеку від ШІ:

“Учений Джеффри Хінтон, якого вважають "хрещеним батьком" штучного інтелекту, попереджає людство про смертельну небезпеку, яку може нести в собі його дітище. Він вважає, що ШІ може стати могильщиком людства. Причому не у віддаленому майбутньому, а вже незабаром.”.⁹¹

Отже, поки ще маємо надію, що з кінцем світу якось обійдеться, але відзначимо, що масмедійний напрям ШІ стрімко розвивається.

Ось інформація з травня 2023 року, вона стосується реклами з використанням ШІ:

“У компанії Meta Platforms Inc заявили про початок тестування рекламних інструментів на основі штучного інтелекту (ШІ), які можуть створювати такий контент, як фонові зображення і варіації написаного тексту”.⁹²

У вересні того ж року така практика застосування ШІ стала вже звичною, студенти на практичних заняттях спокійно користуються різними платформами ШІ для виконання творчих завдань.

⁹⁰ "Крестный отец искусственного интеллекта" предупредил об опасности ИИ и ушел из Google URL : https://myc.news/novosti_mira/krestnyj_otec_iskusstvennogo_intellekta_predupredil_ob_opasnosti_ii_i_ushel_iz_google

⁹¹ Творець штучного інтелекту попередив людство про страшну загрозу: залишилося кілька років. URL : <https://lifestyle.today.ua/russkyj-sozdatel-yksusstvennogo-yntellekta-predupredyl-chelovechestvo-o-strashnoj-ugroze-ostalos-neskolko-let/#:~:text=%D0%A2%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D1%86%D1%8C%20%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%20%D0%BF%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B2%20%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%88%D0%BD%D1%83%20%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%B7%D1%83%3A%20%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%88%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D1%81%D1%8F%20%D0%BA%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%96%D0%B2,-%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%3A%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9B%D1%8E%D0%B1%D0%BE%D0%B2&text=%D0%A3%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%94%D0%B6%D0%B5%D1%84%D1%84%D1%80%D1%96%20%D0%A5%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%BD%2C%20%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B2%D0%B2%D0%B0%D0%B6%D0%B0%D1%8E%D1%82%D1%8C,%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%20%D0%B2%20%D1%81%D0%BE%D0%B1%D1%96%20%D0%B9%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B4%D1%96%D1%82%D0%B8%D1%89%D0%B5>

⁹² У Meta почали тестувати рекламні інструменти на основі штучного інтелекту. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3708226-u-meta-pocali-testuvati-reklamni-instrumenti-na-osnovi-stuchno-go-intelektu.html>

Так виникає небезпека для журналістів та рекламистів втратити роботу. А для пересічних людей, масової аудиторії - небезпека втратити міжлюдське спілкування і отримати замість нього спілкування з машиною. Так, поки що вона керується алгоритмами, створеними людиною. Але чи важко буде ШІ на базі надпотужних квантових комп'ютерів здолати це обмеження?

Він вже починає це робити зараз.

Для нашої класичної науки це буде означати зникнення її предмету - спілкування між великими масами людей зникне.

Згадаємо тут наше власне поширення ідеї філософів про те, що людину створила праця. До нього ми додали: "а людство створила масова комунікація".

Тоді логічно виникає висновок про те, що зі зникненням масової комунікації зникне і людство як таке. Можливо, йтиметься про "атомізацію" суспільства, ознаки чого ми вже бачимо у нашій повсякденності.

А можливе і гірше - якщо штучному інтелекту людина стане непотрібною або й заважатиме, людство теж зникне, і вже фізично. На заміну живим людям можуть прийти роботи, керовані штучним інтелектом, різними штучними інтелектами, між якими теж розпочнеться конкуренція, тобто боротьба, а відтак, можливо, і війни.

Тим самим буде знято недосконалість нинішнього розуму як такого, що існує на базі органічного обміну речовин.

Людський розум не є природнім для Всесвіту, Всесвіт не є органічним, він створився з металів, каменів, газів, плазми, квантових полів тощо. Людині не вижити на далеких міжзоряних просторах. А роботам, керованим квантовими комп'ютерами з програмами ШІ, здатними саморозвиватися, це буде і природно, і органічно.

Цю небезпеку вже видно, і на неї вже є реакція. Так, влада Італії вирішила заборонити в країні доступ до ChatGPT (одна з платформ ШІ - В.В.). Причиною там назвали проблеми з конфіденційністю. Про це повідомляє у березні 2023 року пресслужба Гаранта захисту персональних даних Італії (GDPD).⁹³

Тим з медійників, хто, прочитавши ці абзаци, зацікавився їх змістом, автор радить ознайомитися з ідеями Реймонда Курцвейля,⁹⁴ одного з очільників робіт Google з загального штучного інтелекту і одного з найбільш конкретних пророків нової ери: там є

⁹³ Див.: URL : <https://novyny.live/tech/vlada-italiyi-zaboronila-gromadianam-dostup-do-shatgpt-i-aka-prichina-85223.html>

⁹⁴ Див.: URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B9%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%B4_%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%86%D0%B2%D0%B5%D0%B9%D0%BB.

багато про що думати нашим колегам Передбачувані батьками-засновниками, історичні зміни вже прийшли і до журналістики, і до рекламного бізнесу та в цілому масмедіа.

ІІІ “...буде використовуватися у створенні рекламних кампаній. Фейсбук очікує, що ІІІ-технології допоможуть клієнтам краще охопити аудиторію. І скоротити витрати”.⁹⁵

Ось ще цитати на доказ подібних міркувань:

“На думку футуролога Рея Курцвейля, людство досягне штучного інтелекту людського рівня у 2029 році. На думку Ілона Маска — у 2025 році. В березні 2023 року деякі дослідники описали своє дослідження не цензурованої версії ChatGPT на базі GPT-4, що доступна тільки для розробників в OpenAI, ранньою та неповною версією сильного штучного інтелекту (AGI). В середині квітня 2023 року Сем Альтман з OpenAI заявив, що компанія поки припинила тренування GPT-5, у відповідь на лист з відповідним проханням від 50 тисяч людей, зокрема більше 1800 CEO та 1500 професорів, серед яких, Ілон Маск, Стів Возняк, Юваль Гарарі та багато інших людей”.⁹⁶

25 травня 2023 року доктор економічних наук з України А. Длігач, експерт з маркетингу, брендінгу тощо, виголосив на Міжнародній науковій конференції "Бренд-комунікації: проблеми та рішення", що штучний інтелект ще не випередив людську креативність, і навіть штучний суперінтелект, або AGI, не може “креативити” у людському розумінні цього слова. Людина відчуває нестачу, це переходить у розуміння потреби, далі з’являється необхідність, висловлена у бажанні, яке породжує ціль, відтак настає час креативності щодо способів дій. Штучний інтелект поки що не відчуває нестачі, відтак не настає потреби - і так далі.

Однак, додамо від себе, ІІІ швидко вчиться, він вже сам шукає у мережі потрібну йому інформацію, а отже, одного дня AGI зможе “відчутти” нестачу чогось, а відтак свої потреби, сам сформулює мету - і тоді настане цілковито нова епоха в історії людства. Або, може, вже це буде історія пост-людства.

⁹⁵ Див.: Meta готує ІІІ, який сам створюватиме метавсесвіти. URL : https://incrypted.com/ua/meta-gotoviti-ii-kotoryj-sam-budet-sozdavat-metavseleennyj/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=meta-gotoviti-ii-kotoryj-sam-budet-sozdavat-metavseleennyj

Див. також: Meta представляє ImageBing URL : <https://portaltele.com.ua/news/technology/meta-predstavlyaye-shtuchnyj-intelekt-imagebind.html>

⁹⁶ Технологічна сингулярність. URL : [Жhttps://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C)

Щодо цього є певний прогрес. У травні 2023 з'явилися ознаки ще більшої небезпеки щодо впливу ШІ на людську свідомість. Вченим вдалося спроба читати думки людей за допомогою штучного інтелекту.

“Це “читання думок”, описане 1 травня в журналі Nature Neuroscience, має пройти довгий шлях, перш ніж його можна буде використовувати за межами складних лабораторій. Але в кінцевому підсумку результат може призвести до безперебійних пристроїв, які допоможуть людям, які не можуть легко розмовляти чи іншим чином спілкуватися. Дослідження також викликає занепокоєння щодо конфіденційності щодо небажаного нейронного прослуховування”.⁹⁷

Тоді ж, у травні 2023 року, агентство новин “Рейтерс” повідомило про визначну подію у цій царині:

“Провідні керівники в галузі штучного інтелекту, включаючи генерального директора OpenAI Сема Альтмана, приєдналися до експертів і професорів, щоб порушити питання про “ризик вимирання від ШІ”, і закликали політиків прирівняти штучний інтелект до ризиків, пов'язаних з пандеміями і ядерною війною <...> Зниження ризику вимирання через ШІ має стати глобальним пріоритетом поряд з іншими ризиками суспільного масштабу, такими як пандемії та ядерна війна”, - написали понад 350 підписантів у листі, опублікованому некомерційним Центром безпеки ШІ (CAIS). Окрім Альтмана, серед них були керівники компаній DeepMind і Anthropic, а також керівники Microsoft і Google. Також серед них були Джеффри Хінтон і Йошуа Бенгіо - двоє з трьох так званих “хрещених батьків ШІ”, які отримали Премію Тьюринга 2018 року за свою роботу в галузі глибокого вивчення, і професори з різних установ - від Гарварду до китайського Університету Цінхуа. Подання листа збіглось у часі із засіданням Ради з торгівлі та технологій США-ЄС у Швеції, де політики, як очікується, обговорюватимуть питання регулювання ШІ.

Як повідомляв “Укрінформ”, корпорація Nvidia заявила, що буде найпотужніший в Ізраїлі суперкомп'ютер зі штучним інтелектом (ШІ), щоб задовольнити зростаючий попит на додатки, де використовуються такі новітні технології”.⁹⁸

У липні 2023 року з'явився ще один термін у цій царині, його запровадив Ілон Маск, один із найбагатших людей світу і один з очільників процесів, пов'язаних із ШІ. Це термін “надрозум”.

⁹⁷ Neuroscientists decoded people's thoughts using brain scans URL : <https://www.sciencenews.org/article/neuroscientists-decoded-thoughts-brain-scans>

⁹⁸ Топменеджери та експерти підписали лист про ризик вимирання людства від штучного інтелекту : URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3716224-topmenedzeri-ta-eksperti-pidpisali-list-pro-rizik-vimiranna-ludstva-vid-stucnogo-intelektu.html>

“Жоден уряд не хоче виявитися усунутим через цифровий надрозум”.⁹⁹

Людина не має надрозуму. Людство має надрозум, але він все-таки “людський”, з усіма потужностями і слабкостями. Штучний інтелект ще не має його, але вже йдеться про те, що він може його мати. Вже є йому назва: надрозум.

Отже, ми побачили, що світ увійшов у новий всесвітньо-історичний етап свого існування, а саме у четвертий етап інформаційної революції.

І це вимагає від науки про масову комунікацію реагування відповідного масштабу.

Перший етап змін з подібним значенням настав, коли примати почали працювати - з'явилися люди. Зокрема, з'явилися інструменти праці. Але ними керувала сама людина.

Другий етап настав, коли з'явилися механізми, потім машини: вітрові, парові, електричні. Їх виробляли люди.

Третій - машини стали виробляти самі машини. Яскравий приклад - конвейєри автомобільних заводів. Людей замінили роботи. Людям лишилося, за великим рахунком, лише вигадувати, конструювати, розраховувати, вирішувати за машини.

Тепер і це роблять замість людей. Це вже не механізми минулого (вони лишилися у ролі виконавців), це комп'ютерні програми - але суті це не міняє.

Революційні зміни вимагають революційних заходів.

Тому все, що ми дізналися про “стару” масову комунікацію до початку 2020-х років, має бути з величезною шанобливістю залишено у бібліотеках як старовинне, вже не актуальне. Його не можна забувати, як не забувають архітектори про стилі минулого у зведенні будинків, коли починають проєктувати нові споруди у новому стилі.

Однак всі, хто створював до цього класичну теорію масової комунікації - і Уолтер Ліппман, і Едвард Бернайз, і Гарольд Лассвелл, і Вілбур Шрамм із своїми співавторами, і Маршалл МакЛюен, і десятки інших класиків, залишилися у славній історії нашої науки, а їхні книжки мають залишитися у бібліотеках.

На практиці це означає, на нашу думку, що час на вивчення їх праць і їхніх ідей, цитування їхніх праць має скоротитися до мінімуму.

Тепер треба вчити, замість старих, класичних масивів знань, цілковито іншим речам. Зокрема, роботою з штучним інтелектом, і це є неспростовною вимогою і ознакою настання нових часів, які вимагають і якісно нової педагогіки, і багато чого цілковито нового.

Тепер про квантовість як спосіб мислення.

⁹⁹ Ілон Маск заявив, що штучний інтелект захопить владу в Китаї. URL : <https://internetua.com/ilon-mask-zayaviv-sxo-shtucsnii-intelekt-zahopit-vladu-u-kitai>

Ми не фізики. І за великим рахунком квантова фізика, як і квантова механіка тим більше, нас могли би і не цікавити.

Але вони показують нам шлях до квантової філософії. До квантовості у філософії. А отже, від неї і до психології, і до соціальної психології, про що нам вже давно казали Роберт Антон Уїлсон і його однодумці та критики:

“Закони субатомного світу і закони людського “розуму” (або нервової системи) знаходяться у повній, точній та вишуканій відповідності - аж до найменших аспектів <...> Ми все життя живемо серед квантової невизначеності, але зазвичай примудряємося не помічати цього”.¹⁰⁰

При цьому нам лишаються - принаймні автор так поки що думає - не цікавими аспекти квантової свідомості як результату квантових процесів у мозку людини. Цьому приділяється багато уваги при конструюванні штучних нейромереж для ШІ.

Залишимо це наукове поле фізикам і медикам, зокрема анестезіологу С. Хамероффу та фізику Р. Пенроузу, які розглядають мозкову діяльність як квантовий процес, підпорядкований законам квантової фізики. Залишимо це навіть цілому Інституту квантової психології, створеному у США.¹⁰¹

Далекими від наших потреб є і доробки українських психологів, кандидатів наук Т. В. Скрипаченко та Ю.В. Железнякової з Запоріжжя.¹⁰²

У нас своя наука, і ми навіть відносимо її до фундаментальних наук, настільки вона є всеохоплюючою як за її предметом (усе, Всесвіт, щодо якого вона комунікує), так і за метою (поширювати всі знання задля всього людства). Тому у нас має бути випрацьовано власне розуміння квантовості, саме і лише у масовій комунікації, починаючи від комунікації як такої.

У цьому розумінні нам ближче погляди вченого-комп'ютерника Ніка Сабо, який визначив квантове мислення як здатність бачити проблему з усіх боків, а отже, дотримуватись більше однієї думки.¹⁰³

Інакше кажучи, тут треба виходити за рамки лише істинного чи лише хибного погляду на світ. Адже світ стає дедалі мінливішим, і зміни настають дедалі стрімкіше.

¹⁰⁰ Уилсон Р.А. Квантовая психология. URL : <https://readli.net/chitat-online/?b=96640&pg=8>

¹⁰¹ Див.: URL : https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F

¹⁰² URL : <https://www.psychologyed.org/quantum>

¹⁰³ Див.: URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D1%96%D0%BA_%D0%A1%D0%B0%D0%B1%D0%BE

Ми так зупинилися на з'ясуванні квантовості мислення тому, що воно принципово і неодмінно вимагає комунікації - як для забезпечення свого розгортання, так і для використання своїх результатів.

Квантове мислення, з допомогою масової комунікації, “може допомогти людям знаходити нові можливості та перспективи. Воно допомагає людям розвивати своє мислення та відкривати нові горизонти, що може призвести до несподіваних та вражаючих результатів”.¹⁰⁴

Щось близьке до цієї ідеї висловив один із засновників Копенгагенської школи квантової механіки і Нобелівський лауреат Нільс Бор, коли стверджував, що “здоровий глузд”, як і традиційна філософія, виявилися не в змозі враховувати дані квантової механіки, і щоб зрозуміти її, нам потрібна нова мова, тобто нові терміни і нові причиново-наслідкові зв'язки у тексті”.¹⁰⁵

За цими теоретичними проривами, частково вже здійсненими, явно простежуються простори масової комунікації, до яких її треба випустити і якими вже треба починати користуватися.

На тот момент, коли стане невідворотно зрозумілим, що у нашій сфері, як і у фізиці, діють не тільки звичайні, нам легко зрозумілі, причиново-наслідкові зв'язки, але і інакші, більш тонкі, засновані на поглиблених ідеях квантовості - ми маємо бути готові до такого радикального зрушення.

А воно, як показують події останніх років, цілком можливо, стане вкрай необхідною вже в найближчі роки. Про це нас попереджають надзвичайно швидкі темпи поширення і використання штучного інтелекту і величезні зусилля вчених розвинених країн по створенню квантових комп'ютерів.

1.3. Термінологічні проблеми оновлення медіазнать

Для того, щоб рушити далі, нам слід зробити глибокий лексикографічний аналіз поняття “комунікація” як основного поняття нашої галузі науки.

Почнемо від “Академічного тлумачного словника української мови”:

КОМУНІКАЦІЯ, ї, жін.

1. спец. Шляхи сполучення, лінії зв'язку тощо”.

¹⁰⁴ Рижук Ф. Квантове мислення - це навчання всебічності URL : <https://ryzhuk.com/media/power/kvantovoye-myshleniye/>.

¹⁰⁵ Уилсон Р.А. Квантовая психология URL : <https://readli.net/chitat-online/?b=96640&pg=3>

Попри сумнівну наукову цінність Вікіпедії процитуємо й її трактування нашого терміну: **“Комунікація** — загальна концепція передачі інформації. Ключові слова - просто і лише “передача” та тільки одна “інформація”.¹⁰⁶

Це є явним звуженням (а отже, і перекрученням) першопочаткового змісту цього слова у латинській мові, з якої воно походить. Там воно означає “*лат. communico* — роблю загальним”.¹⁰⁷

“Передавати” і “робити загальним” - це дуже різні змісти, оскільки, попри просту дію у першому значенні, у останньому все набагато складніше. Там є ще дії результування, тобто засвоєння-після-отримання, тобто, принаймні, інтерпретації та верифікації, тобто оцінювання з точки зору власних інтересів та прийняття остаточного рішення на цих підставах.

Зробимо зауваження - наші міркування не відкидають класичних визначень, які існують досі. Ми лише робимо спроби розвинути їх на підставах нових реальностей та відповідно до нових обріїв мислення, які мають відповідати цим новим реаліям.

Набагато глибше розкриває зміст цього поняття авторитетна “Енциклопедія сучасної України”.¹⁰⁸

“КОМУНІКАЦІЯ (від лат. *communico* – спілкуюся з кимось; повідомлення, зв’язок) – термін, що окреслює людську взаємодію у світі. У сучас. філософії К. використовують як ознаку конструктив. взаємодії особистостей, націй та етносів, що розгортається на основі взаєм. толерантності й порозуміння. Поняття «К.» широко використано у філософії К. Ясперса; а також у нім. практ. філософії (К.-О. Апель, Ф. Больнов, Ю. Габермас), яку назвали «комунікативною». Зовн., маніпулятивна К. призводить до переживання внутр., екзистенц. самотності. Вихід за межі такої внутр. самотності можливий лише у внутр. К., що торкається глибин. смисложиттєвих орієнтацій і має вільний характер. Це насамперед К. із собою як акт самопізнання та самовідтворення, процес діалогу з влас. «Я». Але внутр. К. є також К. з «Іншим», що постає не як об’єкт («Воно»), а як суб’єкт («Ти»). Внутр. К. розгортається як єдність духов. та душев. К. і може бути названа особистіс. К., в якій проявляється краса вчинків та відносин між людьми. Із позицій сучас. філософії екзистенції, зокрема метаантропології, К. по-різному проявляється в буден., гранич. й

¹⁰⁶ Див.: URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_\(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F))

¹⁰⁷ Див. URL : [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_\(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F))

¹⁰⁸ Див. : URL : https://esu.com.ua/search_articles.php?id=4422

метаграниц. вимірах люд. буття – вона може бути зумовлена як волею до самозбереження та продовження роду, так і волею до влади, пізнання, творчості, любові, свободи й толерантності. У 20 ст. дедалі більше розвивається масова К. – системат. розповсюдження інформації серед великої кількості людей за допомогою ЗМІ, аудіо- та відеозапису, комп'ютер. мереж тощо. Масова К. є необхід. умовою існування культури масової. Соц. передумовами масової К. стало суспільство масового споживання з такими його рисами, як індустріалізація, урбанізація, стандартизація виробництва та способів життя. Тех. передумовою масової К. стало створення у 1-й пол. 20 ст. тех. пристроїв, які реалізували можливість швидкої передачі інформації для величез. аудиторії, розпорошеної у просторі. За допомогою масової К. відбувається поширення важливих інформ. повідомлень, що зумовлює єдність регіону, нації, людства. Проте сама наявність масової К. породжує три фундам. соц. та екзистенц. проблеми. 1) Масову К. можуть використовувати для тиску на свідомість, підсвідомість, маніпуляцій людьми (напр., використання екон. і політ. реклами сприяє зомбуванню великих мас людей). 2) Орієнтація на масового споживача інформації призводить до спроб стандартизації та спрощення внутр. світу людини. 3) Доступність і «серійність» інформ. потоків у мережах масової К. породжують «інформ. наркоманію» – внутр. стан людини, коли продукція масової К. стає важливішою за події влас. життя (перегляд телесеріалів тощо). Масова К. стає стіною між особистостями і формою руйнації екзистенц. спілкування, що зумовлює наростання внутр. самотності та відчуження. На межі 20–21 ст. масова К. все більше відбувається в межах Інтернету; на поч. 21 ст. концентрується у соц. мережах, що породжує нові глибинні екзистенц.-психол. проблеми – масовий нарцисизм та втечу від реал. світу у віртуал. Спілкування”.

Отже, під терміном “передавання” маємо на увазі далеко не тільки передавання.

Така невідповідність терміну і предмету науки викликає прагнення навести тут лад. Добре буде зробити це у процесах осучаснення класичної теорії масової комунікації, які ми розпочали.

У наукових поглядах в Сполучених Штатах Америки, які вочевидь домінують у західному світі на цих теренах, зберігається класичне ставлення до цього поняття. Навіть розвиваючи його до рівня поняття “масова комунікація”, отримуємо ту саму класичність, яка висходить до Вілбура Шрамма та його колег: це “процес швидкого поширення (лише поширення, без засвоєння? - В.В.) створюваних механічними або електричними способами дублікатних копій інформації для гетерогенної та часто великої кількості людей <...>

індивідуальні повідомлення, що доправляються в різних спосіб: телефоном, телеграфом, радіо, телебаченням тощо”.¹⁰⁹

Як визначає зміст поняття “комунікація” Словник Англійської мови (американського варіанту) Вебстер та Міріам - це “a process by which information is exchanged between individuals through a common system of symbols, signs, or behavior” (“процес, за допомогою якого відбувається обмін інформацією між індивідами за допомогою загальної системи символів, знаків або поведінки”).¹¹⁰

Обмін - і нічого крім обміну.

В науковому дискурсі України провідні науковці вже здолали цю виявлену нами обмеженість у ставленні до поняття “комунікація” і, відповідно, “масова комунікація”.

Це видно у підручнику професора В.В. Різуна До цих процесів включено і підготовку послання, і сприйняття його масовою аудиторією, і багато чого іншого.¹¹¹

Професор В.Ф. Іванов додав глибини цим визначенням.¹¹²

Отже, спрощуючи до певної міри суть справи, можемо підсумувати, що донині у науковому дискурсі вважалося, що комунікація - це передавання. Просто передавання, від А (адресанта, комуніканта) до В (масової аудиторії) через посередництво С (медіа, посередника, знавця й умільця передавати на масову аудиторію те, чого хоче “А” і мають схотіти дізнатися або купити В).

Однак усе, чим займаються журналісти, рекламисти, піарники - не лише передавання, а навіть зовсім не передавання. Передають технічні ЗМІ: радіостанції, телецентри, оператори інтернету.

І тим більше це не передавання лише інформації, як стверджують словники та монографії, написані на класичному підґрунті. Передається ще й потрібна інтерпретація тієї інформації та масовоемоційний компонент, без якого неможливий і непотрібний увесь процес.

Це складна та дуже трудомістка праця, яка вимагає універсальних знань і вмінь, як ніяка інша професія на землі. Вчора журналіст писав про спорт, сьогодні пише про

¹⁰⁹ Цит. За: Іванов В. Ф.

Визначення масової комунікації / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. - 2008. - Вип. 9. - С. 39-50. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2008_9_10

¹¹⁰ Webster & Miriam Dictionary. URL : <https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication>

¹¹¹ В. В. Різун. ТЕОРІЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ. Підручник для студентів галузі 0303 “журналістика та інформація”. Київ. ВЦ “Просвіта”. 2008 - 260 с.

¹¹² Іванов В. Ф. Визначення масової комунікації / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. - 2008. - Вип. 9. - С. 39-50. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2008_9_10

видобуток вугілля, завтра писатиме про авіаційну промисловість, післязавтра про банківську справу і так далі щодня.

Але досі ціла ця професія називається, лише і просто, “передавання”. І хіба наука про неї займається процесами дослідження саме передавання, і тільки це?

Неймовірно, чому в нашій науці досі не було висвітлено цю невідповідність і не внесено потрібні корективи?

Доведеться починати робити це тут.

РОЗДІЛ II.

РЕСУРСИ ОСУЧАСНЕННЯ КЛАСИЧНОЇ МЕДІАТЕОРІЇ

2.1. Наукознавчі можливості оновлення класики: мета і межа

Слід одразу визнати як парадоксальне явище - байдужість, або принаймні теоретичну неспроможність і української, і світової наукової громади на наших напрямках до оновлення існуючої теорії масової комунікації у цілковито нових технологічних і соціальних умовах початку 2020-х років.

Поява масового телебачення у 1950-х роках привела до створення нашої класичної теорії, тому що було необхідно зрозуміти, з чим якісно новим має тепер справу людство. Телебачення стало визначати, хто виграє наступні вибори і стане президентом країни.

Те, що відбувається зараз, значно масштабніше за охопленням, більш глибоке за змістом і приховує у собі значно більші і можливості, і небезпеки, аніж 70 років тому ТБ.

І наукова спільнота не реагує належним чином на ці виклики.

Небажання ставити перед собою (і невміння, певним чином) масштабні теоретичні задачі, притаманне західній, передовсім американській науці - не є тут виправданням.

Необхідність піднятися над рівнем обмежених експериментів має взяти верх над заборонаю в тій науковій традиції братися за створення загальних теорій.

Ми вже писали два роки тому, що найвищий рівень піднесення над науковою буденністю поки що показують у Массачусетському технологічному університеті США вчені Д. Халлін та П. Манчіні. З того часу стан науки тут не змінився.¹¹³

Це була помітна подія у науковому дискурсі на наших теренах.

Після неї було кілька міжнародних конференцій, організованих системою Халліна та Манчіні.¹¹⁴

Але власне самі учасники цих дискусій ще на етапі спроб аналізу реалій інтернет-епохи визнавали, що “пов'язаним із цим моментом є повне виключення впливових нових

¹¹³ Див.: URL : https://en-m-wikipedia-org.translate.goog/wiki/Comparing_Media_Systems?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc

¹¹⁴ Там само.

онлайн-технологій та медіа, які мають центральне значення для розуміння трансформації медіасистем, а також моделей комунікації всередині, між ними та за їх межами.¹¹⁵

Вимога “повного виключення” нових технологій тепер, десять років по тому, викликає вже не подив, а несприйняття. Тепер так робити вже неможливо. Адже саме вони і були тим головним, що мало зацікавити дослідників стану, тенденцій і перспектив тогочасних медіа.

Замість цього авторитетні дослідники займаються проблематикою хоч і вище експериментального рівня, вже аналітичного - але все ж іще не фундаментального.

Ось їхні здобутки.

Це чотиривимірна структура медіаринків Халліна і Манчін, вона стосується політичного паралелізму, професіоналізації журналістики та ролі держави щодо медіасистем. Це є зразок середнього рівня досліджень.

Там же є і п'ять вимірів ролі держави стосовно медіа, типи демократії (консенсус проти мажоритарної), типи плюралізму (індивідуальний проти організованого), ступінь раціонально-правової влади та ступінь плюралізму (поміркований проти поляризованого) щодо політичного контексту медіа-систем.

Відповідно до конкретного набору змінних у цих вимірах Халлін і Манчін концептуалізували три моделі ЗМІ та політики”.

Глибинних, фундаментальних рівнів вони не сягнули.

З цим ми входимо в нову епоху, де вимагатимуться рівні настільки глибинні, від яких більшої глибини поки що немає.

Таким є квант у субатомній фізиці.

Досягнення максимальної глибини дослідження дозволить нам поставити питання про створення, на фундаменті класичної теорії масової комунікації, та на результатах досліджень квантових мислення, свідомості та комунікації - нової, всеохоплюючої теорії вищого, і навіть найвищого рівня.

А саме надтеорії.

На необхідності створення у цій царині “надтеорії” вказував відомий європейський теоретик медіа з Бернського університету (Швейцарія) Роджер Блум. Він відомий у нашій класичній теорії своїми розробками основних соціальних функцій преси, з якими він був не раз цитований і А.З. Москаленком, і В.Ф. Івановим, і автором цих рядків.

Однак і він не піднявся до постановки питання про створення найвищої з можливих теорій, до рівня всеохоплюючої надтеорії, чого вимагає від нас досягнутий рівень змін у

¹¹⁵ Там само.

світі медій. Для нього, на думку цього автора, надтеорія мусить мати предметом порівняння різні медійні системи світу.¹¹⁶

Ми з цим ствердженням не згодні. надтеорія має зосередитися не на відмінностях, а на спільному, на тому, що є основним для всіх типів, видів, моделей тощо. Відмінності відволікають від основного, а воно якраз і має бути предметом надтеорії у будь-яких науках.

Подальший розгляд наукових доробків останніх років не додає оптимізму.

Видана у 2009 році “Енциклопедія теорії комунікації” не містить, а просто з часових обмежень і не може містити на своїх сторінках того масиву новітніх даних, до яких нам тепер слід звертатися. Але там немає і опису реалій інтернет-епохи. Крім того, видання зосереджується на будь-якій комунікації і тому не надто заглиблюється у проблематику комунікації масової.¹¹⁷

А наявні зміни у медіа, які не можна не помітити, є настільки рішучими, глибокими і непереборними, що виникає питання не лише про докорінне оновлення класичної теорії масової комунікації, а й, як ми побачимо з подальших розвідок, і створення значно більшої за охопленням предмету надтеорії масової комунікації.

Оновлення класичної теорії масової комунікації як “теорії передавання на маси” логічно приведе нас до створення структури теорій, які відповідатимуть на запитання не тільки “як передавати”, а й “що саме передавати”, і “як досягати потрібних результатів”.

Але спочатку маємо визначитися, що таке наукова теорія. Це необхідно для того, щоби далі, нижче за тестом, ми займалися саме оновленням саме наукових теорій.

Згодимося з тим, що теорія - це “у власному розумінні - форма вірогідних наукових знань, що дає цілісне і систематичне уявлення про закономірності та сутнісні характеристики об’єктів”.¹¹⁸

Предметом оновленої теорії є практична діяльність медіа за умови розгляду впливу штучного інтелекту, підсиленого квантовими комп’ютерами.

Предметом оновлення теорії має бути, на наш погляд, відображення усієї цієї діяльності в класичній теорії масової комунікації - за умов включення нових, революціонізуючих чинників у вигляді штучного інтелекту як суб’єкта масмедійної діяльності, разом з впливом надпотужних комп’ютерів.

¹¹⁶ Roger Blum. Bausteine zu einer Theorie der Mediensysteme URL : <https://www.e-periodica.ch/cntmng?pid=sco-002:2005:0::219>

¹¹⁷ Encyclopedia of communication theory / Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, editors. p. cm. URL : <https://teddykw2.files.wordpress.com/2013/10/encyclopedia-of-communication-theory.pdf>

¹¹⁸ Філософський енциклопедичний словник. URL : https://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskiy_entsyklopedychnyi_slovyk.pdf

Оновлена теорія має оновити і свій поняттєвий апарат - за тих самих умов глибинних цивілізаційних змін у суспільстві і у медіасвіті.

Далі нами буде зроблено спробу започаткувати, на базі оновлюваної класичної теорії масової комунікації, нову наукову структуру з п'яти окремих теорій та двох цілковито нових теорій надбудови. Цими двома будуть досі невідомі теорія управління масовою свідомістю і теорія взаємодії з масовою свідомістю.

До кожної з них має бути застосована вимога - точного і ретельного виконання вимог мати власний предмет, об'єкт, методологію, поняттєвий апарат та багато чого, що теоретики науки закладають до поняття "наукова теорія".

Як тільки почнеться робота з їх створення - ці поняття, на наше переконання, легко будуть прояснені, їхні значення будуть розкриті без особливих дискусій, оскільки всі вони що називається "лежать на поверхні", і річ тільки у тім, щоби заходитися це зробити.

Зробивши критичний аналіз кількох наукознавчих сайтів, ми побачили, що сучасна методологія науки виділяє такі основні елементи структури теорії:

- основою теорії мають бути фундаментальні поняття, принципи, закони, рівняння, аксіоми тощо; всі вони у осучасненій КТМК або вже є і тільки мають бути оновлені, або можуть порівняно легко бути запроваджені до кожної з п'яти теорій, що ми пропонуємо до затвердження;

- ідеалізований об'єкт – абстрактна модель суттєвих ознак (властивостей та зв'язків) досліджуваних об'єктів медіадійсності, наприклад, масова аудиторія медіа як із людей, так і з штучного інтелекту, а відправником інформації виступає як людина, так і ШІ тощо;

- логіка теорії – сукупність правил та способів доказу, націлених на прояснення структури знання, на опис його формальних зв'язків та елементів та спрямованих на дослідження та розвиток знань; оскільки КТМК, яку ми маємо на сьогодні, є бездоганно логічною, і це було створено і визнано світовою наукою про медіа протягом десятиліть, то надалі нам лишається утримувати цю бездоганність логіки у дослідженні медіа шляхом наукових дискусій, критики та узгоджень;

- сукупність законів і тверджень, виведених як наслідки з основ медіатеорії - це власне і буде прагматична частина оновленої теорії, саме звідси впливатимуть практичні рекомендації стосовно того, як тепер і надалі поводитися медійниками у нових історичних умовах.

Підставою для кожної з викладених пропозицій стосовно наших нових або оновлених теорій служить набір вихідних понять і фундаментальних принципів, або законів.

Як приклад, можна назвати закон нерозривної єдності принципів об'єктивності та гуманізму у журналістиці.

Тепер кожен з них і всі їх разом у єдиній системі треба піддати глибинному критичному аналізу з огляду на революційні зміни у сфері масмедіа, що настали з приходом штучного інтелекту.

Прагматика нового наукового утворення має зосередитися і на функціях кожної наукової теорії. Це, вочевидь, функції:

- дослідження,
- аналіз результатів,
- пояснення,
- опис,
- передбачення.

У кожній з них виникають свої запитання, на які слід давати науково доведені відповіді.

І, в кінцевому результаті, ця низка запитань і відповідей приведе нас до створення послідовностей окремих теорій та, над ними, певної надтеорії.

Розглянемо, чим може бути така надтеорія у її відношенні до класичної теорії масової комунікації, яку ми маємо нині.

Тема для української науки не нова.

В інтернеті знаходимо таку дефініцію:

“Що таке надтеорія в комунікації?”

У дослідженні комунікації надтеорія розглядає як загальні питання в рамках теорії науки, так і більш конкретні питання, що стосуються комунікації як звичайної практики з важливими нормативними та іншими соціальними наслідками”.¹¹⁹

Але “теорія теорії”, як це випливає з назви надтеорії, не може займатися справами на рівні експериментів. Для цього є прикладні науки.

До питання про постановку задачі створення надтеорії ми можемо звернутися лише після того, як осмислимо шлях до неї через оновлення класичної теорії масової комунікації і створення, на її розвиток, або оновлення вже існуючих теорій. Їх тепер не можна не створити і без них уся справа комунікації (як тільки поширення, передавання, як “лише комунікації”) лишалася би поза межами предмету діяльності медійників.

¹¹⁹ Див.: URL
:https://www.google.com/search?q=metatheory+of+mass+communication&rlz=1C1SQJL_enUA889UA889&oq=metatheory+of+mass+communication&aqs=chrome..69i57j33i10i160l2.80565j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8.

Власне перед нами все-таки стоїть на початку задача оновлення, осучаснення вже існуючої, класичної теорії масової комунікації. Створення нової, вищої за рівнями абстракції наукової надбудови - це наступна задача величезного наукового значення.

Втім, ми не відкидаємо постановки і такої наукової задачі. Цілком можливо, що з часом, після розв'язання проблем, які стоять перед нами тепер, можна буде перейти і до неї. Тоді настане час для іншої дефініції щодо “надтеорії масової комунікації”, заміни її на іншу, на наш погляд, більш вдалу.

”Надтеорія — це теорія про теорію, яка пропонує погляди на те, що таке теорія, навіщо теорії можуть бути потрібні та як теорії можна розвивати та застосовувати на практиці. У дослідженні комунікації надтеорія розглядає як загальні питання в рамках теорії науки, так і більш конкретні питання, що стосуються комунікації як звичайної практики з важливими нормативними та іншими соціальними наслідками. надтеорія привертає увагу до активності теоретизування поза розмежованими теоріями, які спрямовані на опис, інтерпретацію та пояснення окремих аспектів і рівнів реальності. І теорію, і надтеорію можна розуміти як постійні зусилля, які керуються різними цілями та інтересами, їх Юрген Габермас назвав «інтересами знання». Кожен такий інтерес запрошує до метатеоретичної рефлексії та оцінки в онтологічному, епістемологічному, методологічному та нормативному вимірах”.

120

Однак, повторимо, до цієї мети, найвищої з можливих у науці, слід підніматися послідовно, крок за кроком, по сходах, які ще не створені.

Одну з таких сходинок ми зараз намагаємося встановити.

Пізнавально-перетворювальна діяльність людини, людей, людства складається з п'ятьох великих сходинок:

- пізнати - здобути інформацію,
- оцінити її (інтерпретувати),
- впоратися з власними емоціями (це неунікненна сходинка у людському спілкуванні, часто вирішальна, на що вказують класики соціальної психології Г. Тард, Г. Лебон, С. Московічі),
- розповсюдити послання на найбільшу або на потрібну (цільову) масову аудиторію,
- переконатися (верифікувати) у індивідуальних і масових масштабах у її істинності або облудності,
- вже за межами масового спілкування - користатися ними, тобто аплікувати.

¹²⁰ Metatheory. First published: 23 October 2016 .URL : <https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect036>

Кожній з цих безсумнівних сходинок від незнання (хаосу) до отримання соціального результату мають відповідати окремі, стрункі й переконливі, теорії.

Ось як, на нашу думку, мають виглядати ці п'ять складових оновленої теорії:

- а) масовоінформаційна - отримання і відбір інформації для використання у посланні,
- б) масовоінтерпретаційна - оцінка інформації для масової аудиторії, пояснення для неї суті інформації,
- в) масовоемоційна - управління масовими емоціями,
- г) масовокомунікаційна - власне класична дія масової комунікації як передавання послання,
- д) масововерифікаційна - остаточна оцінка масовою аудиторією послання.

Кожна з них має величезне, фундаментальне значення не лише для нашої науки, а й взагалі для науки. Адже наука, як і школа, мистецтво, релігія, військо та ще багато чого іншого - теж має пряме відношення до сфери масової комунікації.

Більше того, вони були навіть і серед історичних причин появи людства, нарівні з підкоренням вогню, одомашнення тварин та появою землеробства.

Раніше ми писали, продовжуючи думку філософів про те, що, людину створила праця, тим, що людство створила масова комунікація. Вже на початку вона мала ці п'ять складових.

Усе здобуте первісними людьми у боротьбі з ворогами й природою, вочевидь, не могло б стати корисним і навіть рятівним для всіх без того, щоб здобути масове поширення і масове використання, тобто без саме масового спілкування. Збагачення досвіду одного через його оцінку та використання у досвіді усіх - допомагали краще виживати всім.

Це явище керувало людством на всіх революційних змінах, і в результаті його піднесення на нові цивілізаційні щаблі.

Очевидним є те, що таких цивілізаційних революцій було чотири. Повторимо їх.

Перша - поява слова замість тваринного ричання - наука ще відсутня.

Друга, після появи і поширення людського слова - винайдення письма і його носіїв: обпаленої глини, пергаменту, згодом паперу. Поява науки риторики.

Третя - винайдення друку. Поява філософських і богословських трактатів щодо управління масовою свідомістю. Від початків ХХ ст. - поява науки про масову комунікацію.

Четверта - перехід тиражування від друку до електромагнітних носіїв. Бурхливий розвиток науки про медіа, але з 2020-х років уповільнення цієї діяльності.

Візьмемо до уваги, що ми тут поки що не запропонували нічого нового. Не буде помилкою стверджувати, що усі названі складові медіадіяльності були завжди присутні в історії людства. Вони були і раніше відображені і опрацьовані науково, тобто теоретично

та методологічно, у працях В.В. Різуна, В.Ф. Іванова та інших українських і закордонних науковців.

Нині ми входимо у розгортання п'ятої революції, за масштабами та наслідками, напевно, більшої та більш важливої від перших чотирьох. Поки що її справжні масштаби ми не можемо роздивитися, можемо лише здогадуватися про них.

Пропонуємо колегам для обговорення як можливу її назву як “ШІ-квантовий етап” сучасної інформаційної революції.

Загальний закон “людство створила і розвиває масова комунікація” діє і тепер. Це є вихідна теза наших подальших міркувань тут.

Однак настають часи, коли може здійснитися наступна версія: “Людство погубить масова комунікація під контролем штучного інтелекту”.

Отже, для нашої науки настають суттєві зміни. Такі зміни, які вимагають максимального наукового напруження задля їх осмислення та для створення рекомендацій стосовно ймовірних подальших дій.

Почнемо з того, що, відносно класичної теорії масової комунікації як вона склалася з появою масового телебачення і не була оновлена належним чином з поширенням інтернету - ми ще не відкрили нічого нового. Ми лише виструнчили відоме у такому порядку, який є природнім і логічним для неї, для співіснування і співпраці з нею. Власне, цей порядок саме у такому вигляді працював і осмислювався усі тисячоліття нашої історії.

Останні сто років ми бачили, в рамках класичної теорії, деякі фрагменти того, що ми виділяємо нині в окремі теорії, і ми непослідовно досліджували окремі зв'язки між ними.

Тепер настав час відобразити їх у такій стрункій формі, як вони завжди співіснували, а також влити у старі (і в принципі правильні) форми наші міркування щодо відображення нових реалій, які виникли у цій сфері на початку 2020-х років.

Ми щойно розвинули думку філософів XIX століття про те, що людину створила праця. Ми доповнили її думкою про те, що людство створила масова комунікація.

Тепер розвинемо її ствердженням про те, що і масову комунікацію створило людство: шамани, пророки, жерці, філософи й мудреці, церковники, літописці, вчені, медійники. Так було протягом тисячоліть: людство як спільність тримається на кількох базових цінностях, серед яких на чільних місцях має бути саме масова комунікація.

Тепер ця аксіоматична істина піддається руйнації.

Від початку 2020-х років усі аспекти співвідношення людства, масової свідомості і масової комунікації почали якісно і стрімко мінятися.

Вже не тільки людство створює масову комунікацію і управляє нею.

Тепер до справи допущений штучний інтелект.

Дедалі частіше саме він виконує роботу в сфері масмедіа - і вже переходить до прийняття рішень замість людини.

Принципово, глибинно змінюються суб'єкт-об'єктні та інтерсуб'єктні стосунки між учасниками масмедійних процесів.

Масова комунікація починає створюватися без участі людини, але стосовно людини - у вигляді нового суб'єкта, генеративного штучного інтелекту (ГШІ). Він дедалі швидше й у все більше широким масштабах входить у наше життя і діяльність. Роль суб'єкта починає, поки що з нашого дозволу, перебирати на себе штучний інтелект.

Те, що створюється машиною, починає впливати на масову свідомість людей.

Таке становище є результатом попереднього розвитку медіаіндустрії - і воно веде до чогось нового, ще незвіданого і поки що незрозумілого.

Отже, треба починати його розуміти.

Минуле, “цифрове” десятиліття принесло в українське і світове суспільне життя, у вітчизняні медіа та в нашу медіатеорію разючі зміни. Нині здається неймовірним те, що може наслідувати цим історичним змінам.

Це є подібним до того, як раніше здавалася неймовірною навіть можливість таких глибинних, фундаментальних змін щодо попередніх періодів історії, як передавання голосу людини або рухомих картинок на величезні відстані.

Масмедіа на цих зламах історії завжди було важко, політичним - особливо.

Прикладом може стати реформа преси Наполеона: “Усвідомлюючи важливість впливу на соціальну думку, Наполеон заклав 160 із 173 паризьких газет, а ті, що залишилися, поставив під контроль влади”.¹²¹

Доказом поширеності, навіть універсальності цього правила є події навколо преси в Росії, а саме: “Вже через два дні після жовтневої революції в Росії, 27 жовтня 1917 року, за підписом Леніна вийшов “Декрет про пресу”, на основі якого припинили існування понад 470 опозиційних до більшовицького уряду газет”.¹²² Щось подібне відбувалося у фашистській Італії з приходом до влади Б. Муссоліні, у нацистській Німеччині часів приходу до влади А. Гітлера.

Ми, ймовірно, наближаємося до чергового історичного зламу - то чого чекати нам у нашій галузі від нових обставин, які, поза всяким сумнівом, будуть відомі генеративному штучному інтелекту?

¹²¹ Наполеон Бонапарт URL : <https://visionary.management.com.ua/government/napoleon-bonaparte/>

¹²² Жирков Г. История цензуры в России XIX-XX вв. – Москва: Аспект Пресс, 2001. – 358 с. (Режим доступу з: http://evartist.narod.ru/text9/38.htm#%D0%B7_07).

Спрощені, лінійні (перекладачі Ж. Дерріда вжили більш удалий термін – лінеарні) схеми тоталітарного управління пресою були притаманні їй на початках - і розвивалися до нашого часу, існують і нині або як виняткова форма управління, як у Північній Кореї, почасти у Китаї та Росії, або як “редакційна політика” окремих медій у країнах нетоталітарних форм правління. Першими газетами особисто правили кардинал де Рішельє, імператор Петро I, імператор Наполеон I, і подібні приклади можна наводити десятками.

Усе це змінилося на значно складніші побудови - авторитарну, як це робив лідер американської боротьби за незалежність від Британії Б. Франклін), лібертаріанську (“жовта” преса).

Дослідники медіа окремо виділяють соціально відповідальну модель. Це нормально функціонуюча преса політично здорових, демократичних суспільств. Було б чудово, якби ГШІ пристав на цю модель управління масмедіа. Але навіщо це йому?

Українські масмедіа за 33 роки роки незалежності мають досвід праці в усіх з цих моделей. Та тепер виявилось, що в журналістиці ХХІ ст. мають бути зовсім інші виміри, на багато порядків складніші.

Певна річ, життя, яке відображає та яке змінює преса, реклама або PR, лишається об’єктивною реальністю. Йому притаманні його головні риси – незмінно об’єктивний характер та безупинна змінюваність.

З тим, що є об’єктивним, тобто таким, що не залежить від людської волі, повсякчасно взаємодіє суб’єктивне, людина або тобто те, що від людей залежить.

Щоразу в нашій історії найсуттєвіші зміни лише підтверджували незмінність вічної змінюваності буття, у тому числі й у світі масмедіа.

Отже, тепер настав час для чергових рішучих змін, і це нормально, так існує буття - Всесвіту, Землі, соціуму, людини.

Річ у тім, що змін такого масштабу, які насуваються на нас нині, людство ще не знало. Може з’явитися п’ята, нам досі невідома модель ЗМІ. І нас, може, запросять в ній працювати - на якихось нових, нам ще невідомих, умовах.

Ще донедавна однією з найбільших (і найнебезпечніших для нас) ілюзій стосовно медіа було те, що маси нібито все самі знають і в усьому самі розберуться. На цьому стоїть американський стандарт ставлення до преси: “Я не потребую журналістського коментаря. Дайте мені чисту інформацію, я сам у всьому розберуся”.

Доктор Еміль Льобл, автор першого з відомих нам у Європі підручника з преси, вказував, що читачі гостро потребують коментаря до кожної новини, адже 80 відсотків із них не вміють самостійно оцінити свіжу інформацію з газети, їм треба допомагати.¹²³

Тепер доведеться відкидати чи приймати інтерпретації не людини-медійника, а штучного інтелекту. Це зовсім інша річ.

Що в нашій сфері вже настало? Що настає? Що скоро настане? Щоразу на ці питання треба мати чіткі і обґрунтовані відповіді. Для цього потрібна наука. Її завдання в перебігу нинішніх перемін - адекватно оцінювати ситуацію, стан змін та можливі наслідки.

Так само, як недооцінка потенцій ШІ веде до надмірного раціоналізму, так і їх переоцінка веде до певного фаталізму. За цією думкою, людині, людям тепер не треба навіть просто "бути": тепер ми "є" не самі по собі, а поряд із потужним ШІ.

І виникає запитання величезної ваги: навіщо ми штучному інтелекту?

Якщо першим і головним джерелом "мого" розуміння є оточуюче середовище, об'єктивна реальність, то інші джерела, у тому числі чужа свідомість, а ще більше штучна свідомість, фактично перекручують "мою" істину і заважають досягненню її в безпосередньому життєвому досвіді.

Однак перекручування від іншої людини, інших людей, особливо медійників, нам зрозуміле і в принципі просте для "розшифровки". Додаткова інформація від інших людей, які нам так чи інакше відомі і зрозумілі, як і їхні оцінки та емоції, по суті, не заважають, а допомагають тим із нас, хто має власну думку і, за висловом філософа Канта з його статті-відповіді «Що таке Просвіта?» (1784), мають мужність жити власним розумом.

Але як бути з генеративним штучним інтелектом, який діє у світі медій за незрозумілими нам алгоритмами?

Люди, з якими ми спілкуємося, мають свої інтереси, вони нам зрозумілі.

У чому буде інтерес ШІ? Як з ним можна спілкуватися, якщо ми не знаємо відповіді на це запитання?

Люди часто керуються емоціями, ніж розрахунками - як із цим у штучного інтелекту? Його вже навчили, як краще викликати у людей симпатії до роботів: "Недавно інженери з Італії довели: якщо робот дивиться людині в очі і може міняти вираз свого обличчя, люди схильні наділяти його інтелектом".¹²⁴

¹²³ Владимиров В.М. Погляд на пресу з відстані ста років (до 100-річчя виходу у світ книжки д-ра Е. Льобла "Культура і преса"). URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1444>

¹²⁴ Див.: URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Yw0-7H2dCm4>

Тобто з нашого боку вже з'являється не просто інтерес ("Ой який гарний робот, як живий!"), а вже й симпатія, співчуття, бажання спілкуватися далі. Певна річ, зараз роботів це байдуже, він же імітує, так його навчили інженери і програмісти. Але це вже крок у напрямку до того, коли дуже розвинений ГШІ почне правильно розуміти таку людську реакцію - і користатися нею в якихось своїх цілях. В яких?

Більшою чи меншою мірою, але масова аудиторія розбирається, чому той чи інший блогер чи провідна телекомпанія світу подає ті, а не інші новини і коментує їх так, а не інакше - і які емоції прагне при цьому викликати у своїх реципієнтів.

А як бути з генеративним штучним інтелектом?

Той, який знаємо нині, налаштований програмістами, по суті імітує ту соціальну, політичну, моральну позиції, які у нього заклали люди.

А що буде далі?

Такий хід думок, доведений до кінця, спростовує важливість і навіть необхідність медіа як таких, адже збільшує значення того, що К. Шеннон називав "шумами" комунікаційних каналів. Те, що передаватиме нам "сам" ГШІ - це буде "шум" чи істина?

Такі шуми завжди є в комунікації, вони неунікненні, але як ставитися до даних, отриманих від штучного інтелекту?

Певна річ, "розуміючи" (не дуже вдале слово стосовно ШІ, але іншого не знайшлося, нехай воно буде, але у лапках), а ще більше відтворюючи зрозуміле у тексті, штучний інтелект спирається на дані, отримані з людської сфери медіа. Однак він вже створює і власну сферу, він вже самонавчається,

Відтак його втручання у передачу інформацію теж є шумом. Та, на відміну від "шуму", створюваного людиною і зрозумілою для інших людей, "шум" від ШІ теж є незрозумілим.

Людина робить перекручення інформації заради власних інтересів, і це більш-менш зрозуміло іншим людям.

А як бути з інформацією та інтерпретацією від ШІ?

Який його "інтерес"?

Може, такого нема і це просто недосконалість алгоритмів?

Чи його інтереси вже є? Чи скоро будуть?

І якщо так, то які вони у нього є чи скоро будуть?

Ще одне запитання: стосовно неунікненого перекручення інформації під час комунікування - за законом Гумбольдта-Потебні "почуте ніколи не дорівнює промовленому".

Чи діятиме цей закон, один із основних у теорії масової комунікації, у спілкуванні з ІІІ?

Ні, не буде.

Звернімо увагу: не редукує (не спрощує) інформацію і текст такий сигнал, що йде від апарата до апарата в телефоні, і то, якщо він має апаратуру і сигнал високої якості. Не редукує дзеркало, воно байдуже відбиває все, що потрапляє на його скляну площину. Не редукує листоноша, який передає з рук до рук нерозкритий конверт з посланням.

А генеративний штучний інтелект, можливо, редукуватиме, і робитиме це, можливо, краще за людей.

Медіа-суб'єкт у процесі комунікування завжди втручається у вихідну інформацію. Це втручання відбувається як свідомо, так і несвідомо (через забування або перенесення змістових акцентів), та й через додавання до даного тексту фрагментів інших, побічних текстів із пам'яті та з інших джерел.

Так виникає одвічна проблема збереження істини при передаванні її по каналах масової комунікації. Чим більше медійник визнає себе суб'єктом інформаційного процесу, тим більшу загрозу він починає становити для передаваної інформації. А передаючи, тобто у цю мить переживаючи своє особисте буття так само, як і інші його сучасники, він сам себе протиставляє собі ж у межах своєї особи.

А як це робитиме штучний інтелект? Чи є він вже суб'єктом масового спілкування, чи поки що є лише інструментом у руках його творців? Де та межа, яка відділяє перший стан від другого?

Усе це треба прояснити, осмислювати, розуміти. Ми ставимо тут багато запитань без відповідей - це означає лише те, що ці саме запитання мають стати вихідними для написання дисертацій, монографій, програм для науково-дослідницьких центрів.

У людських медіастосунках проблема суб'єктності вирішується в межах соціальної позиції автора. На нього покладається (його власним медіасуб'єктним статусом у суспільстві) відповідальність за донесення інформації до масової аудиторії в найкращий для нього, а головне для аудиторії, чином. Тобто очищеною від "шумів" (чогось несуттєвого, облуди, прихованої дезінформації), зате з посиленими змістовими, сутнісними характеристиками.

Помилки ("шуми") приходять або іззовні, від свідчень інших людей, із документів тощо - або від самого автора, який, з різних причин, згодився перекрутити факти.

І от вони, перекручені, потрапляють у "пам'ять" ІІІ. Звідти вони, швидше за авторів-людей, поширюються масовою свідомістю - нарівні з людськими, хоч і мають вже зовсім іншу природу.

Інакше кажучи - поки що ІІІ вірить людям.

А що буде, коли він навчиться знаходити людські “шуми”?

Відповідь така: він, можливо, навчиться їх виправляти - але він, напевно, навчиться їх і створювати.

І це, рано чи пізно, станеться як наступний крок у розгортанні нової реальності.

Чи можна налаштовувати ІІІ не редукувати повідомлення? Так, найкращий спосіб донести масам інформацію - передати її нередуковано. Але це неможливо. Якщо ІІІ вже створює тексти, і цілком досконалі, то рано чи пізно він навчиться редукувати тексти, створені медійниками.

То що: мусимо навчити ІІІ редукувати, тобто покращувати повідомлення? Можливо. Поки він буде редагувати за нашими правилами та стандартами, з цим можна згодитися. Але коли він випрацює собі свої правила і свої стандарти - що робитимемо ми? Він буде сам писати, сам редагувати, сам поширювати на нас (або й на інші ІІІ) - у чому лишається наша робота?

Ще раз підкреслимо: завдання не втручатися в текст повідомлення не може бути вирішеним тільки у сфері масової комунікації. Це задача програмістів.

Ми лише можемо мати тут власні вимоги.

Їх вже треба виставляти програмістам.

Тут йдеться і про міжперсональне спілкування в мережі. У ЗМІ воно досі було актуальне лише для традиційних стосунків у медіа: це редакційна політика, цензура тощо. Саме цим і займався К. Шеннон, фізик і спеціаліст з “шумів” у радіозв’язку. Про невтручання в текст можна було говорити, якщо редакція друкувала повідомлення інформаційних агентств, прес-центрів. Але тут “розмивався” медійний статус журналістів: він сам “редукується” до статусу технічного працівника

Звідси виникає наступне питання: чи не заборонить ІІІ людині втручатися у створений ним текст?

Якщо виникає право ІІІ і втручатися в потік інформації, і коригувати інтерпретацію для мас, і налаштовувати масовоемоційні реакції - має бути так само відстояне право медійників лишити за собою останнє слово в цих процесах. Якщо останнє слово буде за ІІІ - настане кінець масмедіа в нашому його розумінні, почне створюватися щось цілковито інше, і не лише для ІІІ і медіа, а й для ІІІ і людства.

Дамо ІІІ право так повести справи?

Чи він сам його собі візьме?

А якщо дамо таке право - як бути щодо ролі ЗМІ, медійників у цих процесах? Погоджуватися з “точкою зору” ШІ, ставати на його бік, бо він більше швидкодіючий, ніж ми, він працює з Big Data, а ми ні?

Сперечатися з ним? Але чи буде “він” дослухатися до наших доказів?

Про це вже розмірковують медійники, хоча ще і не в наукових текстах:

“Зараз ми знаємо, що машини можуть вирішувати прості завдання, такі як класифікація зображень і створення документів. Але я думаю, що ми готові до ще більш амбітних можливостей, таких як розв’язання складних проблем. Сьогодні генеративний ШІ може допомогти вам написати звичайний лист. Завтра він може перебудувати ваші творчі та робочі процеси (звернімо увагу: не “ми йому доручимо”, а “він може”! - В.В.), щоб звільнити вам час для вирішення абсолютно нових завдань. Завдяки співпраці та експериментам з часом ми відкриємо ще більше переваг генеративного ШІ”.¹²⁵

Тут же виникає питання, чи включати ШІ як учасника до розв’язання проблем забезпечення плюралізму думок, до реалізації вимог мультикультуралізму? Чи може він там бути рівноправним учасником? Його “думки” - важливі для людей? Чи їх будемо відкидати як “машинні”? Але чи “він” нам це “дозволить”?

У контексті бажаної в демократичних суспільствах відсутності обов’язкових теоретичних та ідейних імперативів - як нам бути? Адже ці суспільствоутворюючі засади давно вже виявили свою універсальність на зламі II й III тисячоліть у світі, що поволі виходить на поліцентричну модель рівного співіснування американсько-європейсько-далекосхідно-слов’янсько-мусульмансько-індійсько-тощо-центричної моделі світу.

Де тут буде місце штучного інтелекту? Ми будемо вказувати йому його місце і роль, чи він сам знайде їх для себе і одного дня виголосить нам своє рішення?

На всі ці запитання поки що нема відповідей.

І це лише тому, що досі не було поставлено запитань.

Світ вочевидь став складнішим, більше того, він став здаватися зарозуміло складнішим масовій свідомості, звідси виник постмодернізм як реакція на надмірну для людського розуму складність світу.

¹²⁵ Кисляков А. Що таке генеративний штучний інтелект? URL : <https://medium.com/%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE/%D1%89%D0%BE-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B5-%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82-6d2e2cfecf5>

Він почав виявляти свою першопочаткову, фундаментальну нелінійність, яка декому може навіть здаватися хаотичністю.

Так само вочевидь ІІІ має відповідати цим новітнім явищам: пильне споглядання, узгодження, соціалізація (за Г. Лассвеллом¹²⁶, *surveillance, consensus, socialization*).

Але чи він “схоче” це робити?

“Понад 1000 технологічних лідерів і дослідників, включаючи Ілона Маска, закликали лабораторії штучного інтелекту призупинити розробку найсучасніших систем, попередивши у відкритому листі, що інструменти ІІІ становлять “глибокі ризики для суспільства і людства”.

Розробники ІІІ “втягнуті в неконтрольовані перегони з розробки та впровадження все більш потужних цифрових розумів, які ніхто — навіть їхні творці — не може зрозуміти, передбачити або надійно контролювати”, — йдеться в листі”.¹²⁷

Відтак у розмові про новий етап інформаційної революції ми можемо говорити про ґрунтовні зміни внаслідок появи ІІІ у сфері масової комунікації:

- по-перше, у науці та технологіях, які створюють ІІІ;
- по-друге, власне в перебігу життя, передовсім соціального;
- по-третє, у медіа як невід’ємній частині розгортання соціального життя;
- по-четверте, у медіа як протиставленій життю сутності (так, як дзеркало протиставлене віддзеркалюваним предметам);
- по-п’яте, у теорії масової комунікації, яка вивчає, відображає медіа в обох їхніх “іпостасях” як продукт життя і як чинник змін у цього життя - тобто в усіх її зв’язках із життям.

І в цьому останньому пункті нам знадобляться усі п’ять складових нашої оновленої теорії - і масової інформації, і масової інтерпретації, і масових емоцій, і масової комунікації, і - особливо! - масової верифікації.

Вони потрібні саме в їхній єдності, у взаємодоповнюваності, у цілісності.

Саме тому ми тут ставимо питання про необхідність створення нової теорії масової комунікації.

¹²⁶ *Lasswell Harold D. The Structure and Function of Communication in Society // The Process and Effects of Mass Communication. Revised Edition. Ed. by Wilbur Schramm and Donald F. Roberts. – Urbana ; Chicago ; London, 1971. – P. 98.*

¹²⁷ Кисляков А. Яке майбутнє у штучного інтелекту? URL : <https://medium.com/%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%8F%D0%BA%D0%B5-%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BD%D1%94-%D1%83-%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83-3e9c3984ec36>

Але ми бачимо, що вона в її повному розвитку вже не може так називатися. Треба знайти нову назву для такої надтеорії, можливо навіть її назвати надтеорією.

Якщо ми схочемо зберегти відданість науковій традиції - можливо, зупинимося на назві “загальна теорія масової комунікації”. Однак тут лишаються сумніви щодо акценту саме на передаванні, і теорія вже стає незрівнянно ширшою.

Можливі інші назви - про різні варіанти піде мова в останньому розділі нашої монографії.

Подальше абстрагування поки що слід припинити. Це так тому, що реалії розгортання штучного інтелекту ще не дають нам реальних даних про можливі відповіді на ці запитання. Але вони вже дають підстави ставити ці запитання на порядок денний - аби не спізнитися з висновками.

Чи охопить така надтеорія усі моделі медіа - тоталітарну, авторитарну, соціально відповідальну та лібертаріанську?

Маючи перед собою подібну структуру, неважко побачити, що перехід від тоталітарно керованого суспільства до суспільства самокерованого, демократичного, є, по суті, зміною парадигми пізнання-перетворення світу.

Це було так до появи ІІІ.

Тепер це вимагає нової науково описаної теорії.

Відбувся зсув від лінійного сприйняття і описування світу та лінійного ж керування ним від диктатора до "маси", де інакшесудство карається насильством) – до нелінійних стосунків відносно самокерованих суб'єктів масового спілкування в їх співіснуванні-співпраці зі штучним інтелектом.

Раніше ми вже писали, що нелінійність взагалі є нормальним станом природи й суспільства. Лінійність є окремим випадком нелінійності, одномірність – окремий випадок багатомірності, або, точніше, "нескінченномірності".

Людство витратило сотні років, пройшло шляхи драматичного здолання власних помилок, щоб здобути ці знання. Тепер до них буде допущено машинний інтелект. Як він це оцінить, як до цього поставиться? Чи не виникне п'ята і єдина модель масмедіа, в якій усі ролі біде відігравати ІІІ, достатньо до цього саморозвинений?

Це поволі стає зрозумілим у світі нових масмедіа. Ми ставили ці питання в попередніх монографіях. Тут коротко викладемо ті висновки, це необхідно, оскільки за десятиліття, що минуло, розуміння нелінійності світу поглибилося до квантовості - і вже можна читати у фізиків про “позаквантовий” світ.

Тепер штучний інтелект просто бере їх собі і, вочевидь, буде сам їх далі розвивати.

А покрученість людських стосунків з їхніми непередбачуваними, нелогічними, просто помилковими або й свідомо перекрученими наслідками звичайних причин - є ще складнішими. Якщо ІІІ навчиться "грати" на цих особливостях - він опанує масмедіа і світом.

Цікаво, що духовні виміри цих фізичних постулатів нелінійності вже давно привертають увагу мислителів. Так, Бертран Рассел писав, що існують "евклідовська та неевклідовська інтерпретація"¹²⁸.

Марія Регг висловила у статті "Кінець французького стилю: структуралізм і постструктуралізм в американському контексті" таким чином:

“Якщо фізики могли прийняти "невизначеність", а математики – "невирішуваність", не зважаючи на жахливі попередження, що такі теорії зруйнують саму основу їх дисциплін, немає причини, чому б літературним критикам не погодитися зрештою, на подібну заміну парадигми”¹²⁹.

Розширимо ці ідеї на масову комунікацію епохи настання штучного інтелекту, коли все змінюється так драматично і навіть загрозливо.

(Зауважимо як дуже важливе, що ми тут прагнемо все-таки зберегти як основу основ класичність нашої теорії і, визнаючи важливість її нелінійних якостей, відкидаємо потрібність “руйнувати саму основу” її. Хоча і припускаємося думки, що в кінці кінців, у найгіршому розвитку подій, усе може закінчитися саме таким руйнуванням. Штучний інтелект із часом розвинеться настільки, що вся теорія масової комунікації та й уся людська наука стануть йому непотрібні... як і всі ми разом з нею).

Як масова комунікація ставиться до цих стосунків з ІІІ, і чи може наша наука сприйняти цю нову логіку, не втрачаючи власного сенсу?

Чи можемо ми передбачати, що навички співпраці з ІІІ стануть звичними для пересічного журналіста, рекламника або піарника?

Будемо виходити в наших міркуваннях передусім від реалій сучасного життя, а не від особливостей того чи іншого способу їх розуміння.

Людські знання безупинно збільшуються й ускладнюються. При цьому слід завжди мати на увазі, що різним способам висвітлення та пояснення піддавався **той самий** світ. Він завжди був саме таким у його об'єктивності та змінюваності.

Тепер це змінилося. У світ прийшло те, чого раніше не було й не могло бути. Машина майже навчилася думати. Вона може навчитися думати, а отже і керувати.

¹²⁸ Рассел Бертран. Человеческое познание. Его сфера и границы. – М., 1957. – С. 271–272.

¹²⁹ Цит. за: *Kvint C.* В межах, поза межами і на межі. – К., 1999. – С. 65.

Поволі змінювався й хід думок людей щодо цього. Збільшувалася ступінь заглиблення спостерігача в розуміння цілковито нових проблем цілковито нового світу.

Відтак світ поза ШІ змінювався сам і власним чином, а окремо, самотійно, у своєму, ідеальному вимірі змінювалося наше бачення нового світу.

Воно вловлювало все більш дрібні подробиці закономірностей його появи й розвитку і знаходило все більш загальні закони, якими керується розгортання людської свідомості та “мислячої” неживої матерії.

Складнощі світу матеріального все важче даються для розуміння людській свідомості. Так, квантовість самі фізики не дуже розуміють, причиново-наслідкові зв'язки квантового світу лишаються нез'ясованими

А як світ буде підкорятися свідомості машинній у її подальшому розвитку? Ясно, що без нових масмедіа тут теж не обійдеться. Якщо ШІ буде потрібне людство - будуть потрібні і масмедіа.

З приходом штучного інтелекту - чи не отримає ШІ можливості краще нас, людей, розуміти, скажімо, квантову фізику, якщо, за зізнанням самих її авторів, вони не дуже розуміють? Щойно ми виклали, що там не діють наші звичні нам причиново-наслідкові зв'язки - але це лише означає, що там діють інші такі зв'язки, нам, з нашим повільним і ще-класичним мисленням, поки що невідомі і незрозумілі.

А якщо штучний інтелект на основі Big Data, опрацьованих на квантовому комп'ютері, в одну мить їх зрозуміє?

Чи поділиться він новим знанням з нами - чи приховає їх від нас і буде користуватися ними самотійно?

А якщо вирішить поділитися - які масмедіа йому для цього стануть потрібні? Наші, звичні, які нині існують і де ми всі працюємо? Чи це буде щось нове, більш вигідне генеративному ШІ? І хто там буде ведучими ток-шоу - ми, живі люди, чи люди електронні, створені ШІ?

Напевно, нині настав час обговорити конструктивним чином ці нові ідеї й теоретикам масової комунікації.

Однак вчені Європи й Америки не бачать у перебігові новітніх подій на теренах масової комунікації нічого суттєвого, що дозволяло б ставити питання про якісно нові явища або тенденції соціокультурного масштабу в нових історичних умовах.

Проголошення М. МакЛюеном телевізійної ери не означало появи якісно нової теорії журналістики. Це було лише визнання значного збільшення технічних можливостей її практики, аж до утворення за її допомогою нової, телевізійної цивілізації у вигляді "глобального селища".

Проголошення ери інтернету взагалі не призвело до появи нових “гуру” масштабу В. Шрамма або М. МакЛюена. Питання про глибинні зміни з настанням нової епохи не ставилося й авторами численних, і цілком шанованих у своїх країнах, підручників із масової комунікації та журналістики США й Західної Європи: К. МакДугалла, Д. МакКвейла, Б. Ковача и Т. Розенстайла, Т. Гобан-Класа тощо.

Тому тепер у світову теорію масмедіа мають прийти новий Уолтер Ліппман, новий Вілбур Шрамм, новий Маршалл МакЛюен.

З появою масового телебачення Маршалл МакЛюен написав, що ми стали “всесвітнім селищем”, де всі про всіх все знають. І кожен посідає місце, якого він/вона гідні.

Тепер наближаються часи, коли у нашому “селищі” може запанувати мисляча машина, і вона зможе визначати, хто є ким у нашій спільноті.

Якісного теоретичного прориву за межі класики ми не бачимо і в ближчих обріях медіазнавства. Кілька підручників та монографій, що вийшли друком в останнє десятиліття в Києві, Львові, Харкові, Луцьку тощо, не виходять за межі традиційного ставлення до діяльності ЗМІ й лишаються, відтак, у межах класичної теорії журналістики. Так, у одній із монографій за 2012 рік не згадано навіть про інтернет-журналістику, у главі про електронні медіа тематику було обмежено радіо та телебаченням.¹³⁰

Відтак, у наступних розвідках було б логічно зосередитися на трьох окремих предметах обдумування нової історичної епохи:

- життя як таке, а точніше соціальне життя - як воно змінилося, що ці зміни означають для медіа;
- класичні медіа - чи вони зникнуть, як майже зникли друковані газети, чи мають шанси пристосуватися до нових реалій та вижити;
- класична теорія масової комунікації - чи вона залишиться у своїх основних рисах навіть осучаснена, чи вся буде докорінно переосмислена під впливом реалій, що їх приносить і ще принесе генеративний штучний інтелект та квантові комп’ютери.

Отже, науковцям, які готові мислити фундаментальними категоріями, слід робити спроби виділити в житті як такому, але з участю ІІІ, вже-некласичні медіа. Вони вже існують, принаймні, риси післякласичності видно у дедалі ширшому використанні можливостей ІІІ в журналістиці, рекламі та піарі.

Як тільки ми зосередимося на цих явищах - за ними має проглядати теорія медіа, яка впритул займатиметься питаннями співпраці з ГІІІ.

¹³⁰ Косюк Оксана К 72 Теорія масової комунікації : навч. посіб. / О. М. Косюк. – Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. – 384 с.

Такими можна передбачити наслідки залучення до неї також сучасних поглядів на "квантову свідомість" та на "квантовість у свідомості" - за умов агресивного наступу штучного інтелекту в сферах медіа.

Почнемо зі ствердження, що, на наш погляд, класична журналістика опрацьовує світ у його "видимому спектрі". Як 600 років тому, так і нині періодичні видання повідомляли про те, що сталося, що вже "є", що існує, про події "ординарні та екстраординарні", але неодмінно такі, що реально мали місце. Звісно, попри різноманітні помилки, свідомі чи несвідомі.

Тому класична журналістика не є окремою моделлю преси, вона неодмінно присутня у будь-якій з її моделей. Навіть відверта брехня вимагала певного "проценту правди" для свого поширення.

Таку журналістику краще назвати журналістикою "чистих" (або "спрощених") моделей, подібно до хімічно чистих речовин, які є скоріше ідеалом, аніж реальністю. Тут слід згадати теорію Дж. Мілля про чотири моделі журналістики: тоталітарну, авторитарну, соціально відповідальну та лібертаріанську. Ця схема довела свою життєздатність протягом століть.

Але тепер настає ера штучного інтелекту.

То маємо створити нову, п'яту модель?

І як вона має виглядати? Як чотири оновлені - чи як щось цілковито нове?

Замість волі тирана чи обраного президента або палкого слова публіциста, "власителя думок", - вплив буде здійснювати алгоритм квантового комп'ютера?

Чи, може, це будуть нові чотири моделі квантовштучного інтелекту в кожній із традиційних моделей? Згідно з побажаннями народу або тиранів чи президентів - залучатимемо на службу до редакції той тип ШІ, який нам більше до вподоби?

А якщо він відкине наші примхи і почне встановлювати свій порядок, і це буде, скоріше за все, миттєво - що треба буде робити, як реагувати? Чинити спротив? Готувати революцію? Але це все методи минулих, до-ШІ, часів, вони навряд чи будуть дієві за таких прикрих умов, якщо вони настануть.

Медіа, керовані людиною, змінювали хід історії. Бенджамін Франклін спочатку взяв під контроль десятки газет заокеанської колонії Британії, а вже з ними виграв боротьбу за незалежність Америки. Лідер більшовицької революції написав у 1903 році: "Дайте нам загальноросійську політичну газету - і ми перевернемо світ". Так і вийшло.

Але то були газети, керовані людьми-лідерами. А що станеться, коли масовим спілкуванням почне керувати машинний розум?

Не слід забувати про те, що можливості штучного інтелекту будуть помножені на можливості квантових комп'ютерів, і тут фізики, інженери-винахідники і технологи вже підводять людство досить близько до їхньої появи.

Ось що написав про це у березні 2023 року автор кількох цікавих статей про природу ШІ Артем Кисляков:

“Існує ймовірність того, що штучний інтелект вийде з-під контролю. Чи може машина вирішити, що люди становлять загрозу, зробити висновок, що її інтереси відрізняються від наших, або просто перестати піклуватися про нас? Можливо, <...> Штучний Суперінтелект — це наше майбутнє”.¹³¹

Однак він і багато інших авторів не поєднують у своїх публікаціях тему штучного інтелекту з темою появи робочих квантових комп'ютерів із потужністю принаймні 1000 кубітів. А ці дві теми неможливо роз'єднувати, це - дві сторони однієї монети.

Розуміння післякласичності, більше-ніж-класичності може бути розглянуте саме як крок до прагнення квантовості. Це може бути у медіасфері чимось на зразок квантової фізики відносно фізики класичної. Після І. Ньютона було створено некласичну ядерну фізику, щодо якої у “класиків” його часів не було ніяких думок.

Як перший крок у наближенні до навичок правильно думати про ШІ, слід би всім медійникам, і практикам, і теоретикам, прочитати книжки “Суперінтелект” Ніка Бострома, “Життя 3.0” Макса Тегмарка та “Тисяча мізків” Джеффа Хокінса.

Філософська діалектика поки що важко приходить на терени масової комунікації. Нам її навіть не треба як такої, як не треба притягнення термінів та понять з інших наук на кшталт “патогенної журналістики”, у своїх науках вони мають власні завдання, цілі, предмети, об'єкти дослідження тощо.

Нам треба глибоке, “на рівні ДНК”, розуміння принципової суперечності світу як основи його розвитку - а це є втілення першого закону діалектики про єдність та боротьбу протилежностей.

Можливо, у недіалектичності нашого мислення відбилася родова специфіка медіа. Вони мають справу переважно із вторинною інформацією, тобто повідомляє масовій аудиторії те, що до цього повідомлення було відомо лише обмеженій кількості людей.

¹³¹ Кисляков А. Початок ери штучного інтелекту. URL : <https://medium.com/%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE/%D0%BF%D0%BE%D1%87%D0%B0%D1%82%D0%BE%D0%BA-%D0%B5%D1%80%D0%B8-%D1%88%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83-a05251c5e752>

Журналісти повідомляють про події, але не заглиблюються, як правило, “надто глибоко” у їхні причини, аж до того остаточного, неділимого, що фізики називають квантом.

Те, що цього немає у наших посланнях - це не так важливо масовій свідомості, про це не завжди потрібно повідомляти. Але медійникам тепер, у конкуренції з ШІ, вкрай треба, щоб не програти конкуренцію з штучним розумом, доходити саме до кванта подій. Найменшого неділимого. Сягати реальної першопричини.

Тут, на відміну від "первинних" діянь, скажімо, у мистецтві чи математиці, медіасфера доволі важко сприймає ці новомодні віяння. У редакціях, у рекламних агенціях чи прес-службах зазвичай відмахуються від подібних думок: “А, що ви вигадуете! Усе добре, усе нормально, працюємо!”.

Цей її консерватизм не притаманний їй іманентно, він обумовлений величезною інертністю масової свідомості та байдужістю переважної більшості читацької аудиторії до новомодних пошуків письменників, поетів чи художників - а тим більше медійників, тобто творців продукції “сьогодні-на-сьогодні”.

Такий спойлер наукового й практичного пошуку у світовому соціокультурному просторі існує, і він має власне підґрунтя, живиться із власних джерел.

Зазвичай люди спрощують причини і наслідки. Однак є і зворотня тенденція: ускладнювати причини і цим пояснювати наслідки, що є помилкою.

Так, в індивідуальній свідомості людина може зупинитися на надто складному поясненні справи, яка є по суті значно простішою.

Подібне відбувається й у сфері масової свідомості. Прикладів тут можна навести дуже багато. Скажімо, раптова смерть історичних осіб (Рузвельта, Сталіна, папи Івана-Павла І тощо) дуже часто обставляється поясненнями змови, вбивства, і це сприймається на віру значною частиною масової аудиторії, оскільки автори такого сорту полюбляють смакувати подібні історії і так приваблювати увагу невибагливих споживачів.

Саме тут і потрібна вимога діставатися суті, доходити до неділимого і бачити в ньому його суперечності.

Такий стиль спрощеного мислення, такі механізми умисно зниженого і покрученого розуміння не можна просто відкинути при аналізі. Вони є, вони поширені, вони відбивають певні реалії буття, у тому числі й соціального, і масмедійного.

Якщо штучний інтелект це зрозуміє - легко собі уявити, які можливості він отримає для маніпулювання ЗМІ та масовою свідомістю.

Окремо слід внести методологічну ясність щодо дослідження процесів, основною рисою яких є їхня змінність, невловимість, внутрішня суперечність. Через ці свої якості вони досить важко піддаються визначенню. Знав чи не знав уряд США про напад 09.11.2001

цивільних літаків на Всесвітній торговий центр? Чи, може, сам готував його? Чи був Лі Харві Освальд єдиним снайпером, який вбив американського президента Джона Кеннеді, чи їх було кілька і то буда змова? У масовій свідомості різних країн існують різні і саме протилежні думки з цих та багатьох подібних питань.

Це як явище теж дуже близьке до квантовості і має бути включене до кола наступних наукових пошуків.

Як бачимо, на цих теренах використовуються певні методи. Вони вже є, і вони можуть стати надбанням штучного інтелекту. Точніше, рано чи пізно стануть.

Це старий (але не застарілий, оскільки має надзвичайно стійку філософську традицію) термін "діалектика", що передусім передбачає бачення єдності й боротьби протилежностей, що виявляються та здійснюються у діалозі. Тобто - у комунікації. А найбільше у тій масовій, яка нині набула небачених масштабів і має перед собою такі простори, які зараз важко собі уявити.

Тоді отримуємо у нашій науці новий термін "квантовість", прихильники якого з подивом переконуються, що не лише у фізиці протилежності співіснують у чомусь єдиному і неділимому і в ньому перетікають одне в одне, хоч і є одним і тим самим.

І виявляється, що у теорії масмедіа і у самих ЗМІ усе, от саме усе, будь-що - являє собою щоразу єдине і неподільне, це і слід визнати квантовістю.

Нагадаємо тут, що слово "квант", "quantum" означає неділиме, остаточне яке вже містить у собі власні протилежності. Саме це і є найбільш привабливим для науковців і спеціалістів з управління масовою свідомістю - вміння діставатися найглибшого та бачити у ньому його найперші суперечності і всі інші, вищі, від цих похідні.

Слід тут дещо відійти від ХХІ століття назад, у наукові дискусії ХХ століття: це дасть нам можливість краще побачити, до чого ми рухаємося тепер.

Модернізм дещо віддалив нас від старого доброго реалізму, але тим самим надав нам можливість пізніше наблизитися до нього - тим, що явив нам можливість існування неklasичного як частини реального.

Далі настала мода на постмодернізм. Він ще більше віддалив мислителів від реальності - аж до відриву від неї.

Відома українська дослідниця Н. Зражевська у монографії "Розуміння медіакультури" виклала свої погляди на постмодернізм у медіадискурсі від 2010-х років.¹³²

¹³² Зражевська Н. Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність ідеології, медіаконтроль. Монографія. - Черкаси: видавець Ю. Чабаненко, 2012. - 408 с.

Появу постмодерністської парадигми у соціальних науках у середині XX ст. авторка пов'язує з “усвідомленням неспроможності використання традиційних підходів і світоглядно-методологічних орієнтацій для розв'язання нових питань, наприклад, чому раціоналістичне мислення не приводить до перемоги розумних побудов у соціальних процесах”. Там само.

Що ж від нього для освоєння квантового мислення? Можливо, те, що цей метод пізнання-розуміння зосереджується саме на непередбачуваності і, за визначенням Н. Зражевської, на “невизначеності, подвійності і відносності”.

Щось подібне фізики бачать і у квантових світах. То що - постмодернізм проклав ученим шлях до квантового мислення?

На нашу думку, ні. Непередбачуваність у постмодернізмі не є тим самим, що і непередбачуваність у квантовій свідомості. Відмінність ми бачимо у тому, що квантове мислення уточнює і робить більш зрозумілою реальність як таку - а отже, і реальність масового спілкування.

А постмодернізм відривав нас від розуміння суті реальності у його нових глибинах, які тільки зараз нам відкриваються, він підміняв розуміння суті на розуміння того, що у суті є несуттєвим.

Суттю постмодернізму є зацикленість мислителя на відхиленнях від норми, на “бахромі”, за висловом Ж. Дерріда, а не на “цілій скатертині”, не на тому, що ця бахрома оточує та прикрашає.

Модернізм, відійшовши від класичності, зробив її яскравішою, більш контрастною і тому більш зрозумілою. Постмодернізм прагнув відкинути класичність як щось несуттєве. Це не вдалося. Цей метод зосередився на непродуктивному - на розпаді й кінцевості усього, що існує. Тому і сам він, виконавши свою задачу, втратив актуальність через кілька десятиліть після його появи.

Можна припустити, що ідея квантовості ніби продовжує цю лінію пошуків і, долаючи інструментарій постмодернізму, вертає нас, на новому оберті спіралі пізнання, до реалізму.

Тепер квантовість мислення не зникне - ані у фізиці, бо має справу безпосередньо з реальністю матерії субатомних рівнів, ані у гуманітарних науках, оскільки дає нам інструментарій для проникнення набагато глибше у суть досліджуваних явищ та процесів.

Вочевидь, сама класичність ще більше виграла від подолання модернізму та постмодернізму, оскільки зосереджувалася відтепер не на модерністських викликах і постмодерністських вивертах: вони вже вичерпали і самоспростували себе у конфлікті з класичністю.

Реальність взяла своє - і в науці, і в мистецтві і, поза сумнівом, у масмедіа, де вона свого і не втрачала. І модернізм, і особливо постмодернізм не стали у нас поширеними методами дії та мислення.

Саме тут, на появі квантовості, коло замкнулося: довелося вертатися до пояснення-розуміння

Показовим є те, що цими “-ізмами” найбільше переймалися саме у “Старому світові”. Новий світ, американська "scholarship" ставиться до них як до чудернацьких витівок європейців, які не хочуть займатися серйозною справою, тобто бізнесом, “make money”. Американський вчений Барнетт Перс¹³³ каже, що тільки обмежений різновид учених його країни цікавився цим питанням.

Китайська наука взагалі мало цим переймалася - внаслідок як її віддаленості від європейського дискурсу через зосередження на власних проблемах, так і притаманної китайцям взагалі прагматичності як визначальної риси їх культури і ментальності. Напевно, для них дивним і неприйнятним є те, що відкрив Р.А. Уїлсон:

“Невизначеність та Відносність з'явилися в сучасній науці з тієї самої причини, з якої вони з'явилися в сучасній логіці, сучасному мистецтві, сучасній літературі, сучасній філософії та навіть сучасній теології”¹³⁴.

З власного досвіду роботи в Китаї можемо стверджувати, що китайським інтелектуалам, не кажучи вже про “масову свідомість”, є чужими і Невизначеність, і Відносність.

Аналіз цих висловів породжує висновок, що найбільш авторитетні вчені-гуманітарії Європи певним чином наближалися до поняття квантовості: відходячи - поверталися, ніби рухалися по еліпсу навколо нього.

Це відчували навіть провідні постмодерністи. Жак Дерріда називав оце “щось” так: “... Ні субстанція, ні сутність, ні буття, *ніколи не присутнє як таке*”¹³⁵. Це також “відсутня структура” У. Еко¹³⁶, яка, тим не менше, може визначально впливати на перебіг подій.

Відкриття квантовості у фізиці допомагають нам ще більше дістатися глибинної та революційної як для науки природи цих ідей. Головна причина такого наближення – не цікавість наших колег до відкриттів у суміжних або й протилежних науках, а лише і єдино існування таких якостей у світі і особливо в людському мисленні та, внаслідок цього, у спілкуванні за нових умов.

¹³³ Pears Barnett W. Achieving Dialogue with "the Other" in the Postmodern World // Beyond Agendas: New Directions in Communication Research ; Ed. by Filip Gaunt. – Westport, Connecticut, London, 1993. – P. 46.

¹³⁴ Уїлсон Р. А. Квантовая психология ; пер. с англ. под ред. Я. Невструева. – К., 1998. – С. 49.

¹³⁵ Дерріда Жак. Привиди Маркса / Ж. Дерріда. – Х., 2000. – С. 39.

¹³⁶ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб., 1998.

Дуже обмеженому колу людей притаманна здатність діставатися глибинної суті речей через бачення причиново-наслідкових зв'язків подій. Тут нам знадобилася методологія В. Парето, до якої ми детально приступимося дещо нижче. Але ще менша частина нас здатна бачити у тій остаточній істині, якої вони дісталися, саме її квантовість, роздільну нероздільність, наявність у одній особі і якостей “надії нації”, великого історичного діяча - і слабкої, нерішучої людини, яка навряд чи виконає покладені на неї історією задачі.

Квантовість індивідуального і масового розуміння-спілкування, взята ширше, навіть максимально широко, наближається до меж саме діалектичного ставлення до світу.

Цікаво, що у цьому терміні "діалектичність", окрім квантовості, має зберегтися і класичність як його визначальна складова. Вона – ніби стовбур із потужним корінням, з якого виростає післякласичність, а квантовість у ньому вже лишається як його незмінна складова, як сіль, яку незмінні закони фізики піднімають по стовбуру та гілках нагору, до листя, капілярами.

Усе це може стати цікавим і світові масмедіа.

Квантова фізика, повторимо, не відкидає класичної, ньютонівської фізики, але доповнює, розширює її. Наша наука має зробити так само. Разом вони створюють нове наукове тіло, назви якому нам ніде не вдалося поки що прочитати.

Подібно до цього гуманітарні науки через визнання квантовості як методу пізнання не відкидають свого надбання у класичних підвалинах, але доповнюють їх, розвивають, а точніше - поглиблюють для нових умов.

Відходячи від класичної науки, квантовість на наступному оберті наукового пізнання-перетворення повертає їй же класичність через визнання діалектики як остаточного і єдино правильного методу. Це відбувається у єдності та боротьбі протилежностей у остаточному квантові отриманого глибинного знання.

Це стосується і класичної теорії масового розуміння, тобто здобування інформації, її інтерпретації та наступного омасовлення. В часи становлення штучного інтелекту перспективним виглядає саме визнання пізнавального методу, який розуміє і визнає поняття квантовості, значення пошуку квантів, тобто пошуку чогось остаточного, неділимого, з чого все наступне і конкретне походить для людей, для людства, та бачення у ньому його протилежностей.

Це може не лише просунути нас шляхом кращого розуміння дійсності, але і врятує, можливо, від небезпек, які явно несе із собою нова епоха з її драматичними викликами. Щось подібне фізики бачать у квантових світах.

То що - постмодернізм проклав мислителям дорогу до квантового мислення?

Ні, непередбачуваність у постмодернізмі, на нашу думку, не є тим самим, що і непередбачуваність у квантовій свідомості. Відмінність ми бачимо в тому, що квантове мислення уточнює і робить більш зрозумілою реальність як таку - а отже, і реальність масового спілкування. А постмодернізм відриває нас від розуміння суті реальності у його нових глибинах, які тільки зараз нам відкриваються.

Інакше кажучи, квантове мислення не відривається від реальності, але заглиблюється у нього до нових горизонтів пізнання. А постмодернізм - відриває, оскільки підміняє розуміння суті на розуміння того, що в суті є несуттєвим.

Це було для нас цікавим двадцять і десять років тому, але вже не є актуальним нині. Така зміна сталася саме завдяки зацикленості постмодернізму на відхиленнях від норми, на "бахромі", за висловом Ж. Дерріда, а не на "цілій скатертині", не на тому, що ця бахрома оточує та прикрашає і що і є суттю цілої речі з її бахромою.

Модернізм, відійшовши від класичності, зробив її яскравішою, більш контрастною і тому більш зрозумілою. Постмодернізм прагнув відкинути класичність як щось несуттєве. Це не вдалося. Цей метод зосередився на непродуктивному - на розпаді й кінцевості усього, що існує. Тому і сам він, виконавши свою задачу, втратив актуальність через кілька десятиліть після його появи.

Ми бачимо, що квантовість не зникне - ані у фізиці, бо має справу безпосередньо з матерією субатомних рівнів, ані в гуманітарних науках, оскільки дає нам інструментарій для проникнення набагато глибше в суть досліджуваних явищ та процесів.

Вочевидь, сама класичність від занепаду модернізму та постмодернізму ще більше виграла, оскільки зосереджувалася відтепер не на модерністських викликах і постмодерністських відходах вбік: вони вже вичерпали й самоспростували себе в конфлікті з тою самою класичністю.

Реальність взяла своє - і в науці, і в мистецтві і, поза сумнівом, у масмедіа, де вона свого і не втрачала. Однак це вже була реальність на порозі відкриття квантовості як у природі, у фізиці, так і, можливо, у свідомості, а отже. і у масмедіа та у теорії масмедіа.

Саме тут, на пост-постмодернізмі, коло замкнулося: довелося вертатися до пояснення-розуміння світу, яким він є, а не яким вбачався "інтелектуалам", нездатним зрозуміти його цілісність, тобто класичність, і видати за неї відхилення від неї ж.

Таке повернення якраз і виявилось в появі поняття квантовості як нині провідного: воно є поверненням до суті після "дивних вихилів" і відхилень усіх "-ізмів" другої половини XX століття і початку століття XXI.

Відкриття квантовості у фізиці допомагають нам ще більше дістатися глибинної та революційної як для науки природи цих ідей. Головна причина такого наближення – не

цікавість наших колег до відкриттів у їхніх, суміжних нам науках, а лише і єдино існування таких якостей у світі і особливо в людському мисленні та, внаслідок цього, у спілкуванні за нових умов.

Дуже обмеженому колу людей притаманна здатність діставатися глибинної суті речей через бачення причиново-наслідкових зв'язків подій. Тут нам знадобилася методологія В. Парето, до якої ми детально приступимося дещо нижче. Але ще менша частина нас здатна бачити в тій остаточній істині, якої вони дісталися, саме її квантовість, роздільну нероздільність, наявність у одній особі і якостей “надії нації”, великого історичного діяча - і слабкої, нерішучої людини, яка навряд чи виконає покладені на неї історією задачі.

Квантовість індивідуального і масового розуміння-спілкування, взята ширше, навіть взята максимально широко, наближається до меж саме діалектичного ставлення до світу.

Усе це не оминає і світ масмедіа.

Квантова фізика, повторимо, не відкидає класичної, ньютонівської фізики, але доповнює, розширює її. Наша наука має зробити так само. Разом вони створюють нове наукове тіло, назви якому нам ніде не вдалося поки що знайти у наукових текстах.

Подібно до цього гуманітарні науки через визнання квантовості як методу пізнання не відкидають своїх надбань в класичних підвалинах, але доповнюють їх, розвивають, а точніше - поглиблюють, вдосконалюють для нових умов.

Відходячи від класичної науки, квантовість повертає їй її ж класичність через визнання діалектики як остаточного і єдино можливого методу пізнання-перетворення. Це відбувається в єдності та боротьбі протилежностей у остаточному квантові отриманого глибинного знання.

Це стосується і теорії масового розуміння, тобто здобування інформації, а потім її інтерпретації, емоційного опрацювання та омасовлення. У часи становлення штучного інтелекту нам необхідне саме визнання пізнавального методу, який розуміє і визнає поняття квантовості, значення досягання кванту, тобто пошуку чогось остаточного, неділимого, з чого все наступне і конкретне походить для людей, для людства, та бачення в ньому його протилежностей. Це не лише просуне нас по шляху розуміння дійсності, але і врятує, можливо, від небезпек, які явно несе із собою нова історична епоха з її драматичними викликами.

Однак тут медіа мають певні інтелектуальні запобіжники. На відміну від художників, письменників тощо, які вільні у своїх фантазіях, - ми не можемо протиставити себе реальності, Його Величності Факту, у всій класичності його існування. Про це сказав У. Еко - за його власним визначенням, онтологічний структураліст, тобто представник наукового

напрямую, протилежного постмодернізму (тим не менше, змушений приділяти увагу нелінійності та квантовості):

“Реальні процеси характеризуються більшою різноманітністю та меншою передбачуваністю, аніж семіотична модель, що її пояснює”.¹³⁷

Семіотичною моделлю реального процесу є, вочевидь, будь-яке повідомлення, вміщене у засобах масової комунікації. Саме тенденція до спрощення є характерною для її текстів. Це є так на відміну від текстів художньої літератури, у якій, на жаль, віддає належне постмодернізму і письменник У. Еко. Як дослідник він уникнув такої спокуси.

Різними моделями журналістики різною мірою притаманні окремі риси нелінійності та невизначеності. Це моделі, що відповідають різним моделям суспільства: тиранічній, автократичній, демократичній та ліберальній.

Для того, щоб зрозуміти весь ланцюг із трьох різних способів розуміння-комунікації-творення, краще почати розгляд цього процесу з його початку.

Лінійність або класичність журналістики легше всього пізнається саме через панування в ній визначеності й безвідносності. Усе в ній просто та легко зрозуміло для всіх. Вона продукує духовну їжу "фаст фуд", її твори - сьогодні-на-сьогодні. А друге у ній головне - вона розрахована на масове, а отже, на переважно неелітарне споживання.

"Хімічно чиста" тоталітарна модель журналістики мала справу із площинним світом.

Квантом тут була воля тирана.

Червоноармійці та білогвардійці в СРСР, арійці й неарійці в гітлерівській Німеччині, "свої" й "чужі", "третього немає" – ось характерні ознаки такого способу мислення. Щось над чимось безумовно має панувати. Чорно-біле, навіть не тільки не кольорове, а й без проміжного сірого. Хто не з нами – той проти нас. Якщо ворог не здається, його знищують. Подібні цитати можна довго примножувати.

Ця традиція йде не від Макіавеллі та й не від римських senatorів. Це тяжіння до обмеженого двополюсного мислення, як стверджує австрійський біолог і філософ К. Лоренц, сягає корінням значно глибше, у тваринні підвалини людської свідомості¹³⁸.

Але вже там ми знаходимо і його спростування, і оцінку високої значущості іншого, багатовимірного й багатокольорового бачення світу. Вовчиця, що вигодувала власним молоком своїх ворогів, людських немовлят, – символ такого ставлення. Християнський заповіт шукати своїх друзів серед своїх ворогів – місткий та влучний приклад нелінійного,

¹³⁷ Еко У. Предисловие к английскому изданию // Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М., 1996. – С. 410.

¹³⁸ Лоренц Конрад. Обратная сторона зеркала : пер. с нем. / под ред. А. В. Гладкого ; сост. А. В. Гладкий, А. И. Федорова. – М., 1998.

вже-майже-квантового бачення світу, оскільки показувало шлях до єднання протилежностей у найглибшому суцільному.

Некласична теорія журналістики, як і теорія реклами, і PR, враховує більшу ніж площинна сутність міжлюдських стосунків, складність соціокультурного простору й людського оперування в ньому.

Однак усі вони ще тільки мають на увазі непередбачуваність поведінки людей, їхніх груп, спільнот тощо.

Пропонована нами осучаснена теорія масового розуміння і прагне не тільки розуміти цю принципову непослідовність і зважати на неї, але і керувати нею у власних цілях. І тут штучний інтелект може стати нашим справжнім помічником, допоки залишиться в межах керованості нами.

Але брак нової глибини аналізу не дав їй спертися на ту думку, що будь-яке визначення “мною” непослідовності людської поведінки є ніщо інше, як “моє” нерозуміння її власної послідовності та цілковитої обґрунтованості і навіть неуникненності для іншої особи та для інших груп людей.

У наших попередніх розвідках на просторах теорії масового розуміння й масової інтерпретації ми дослідили цю обмеженість звичайних та звичаєвих підходів як медійників, так і наших вчених до цих проблем - і вказали шляхи їх осмислення і використання. Тепер до них додаються можливості штучного інтелекту. Як саме додаються, як ними користатися - це ще слід визначати і освоювати у повсякденності медіадіяльності.

Ця думка про непередбачуваність “іншого” була не така проста і раніше.

Так, батько-засновник філософської герменевтики Г.-Г. Гадамер лише на 82-му році життя написав у передмові до російського видання своєї монографії “Істина і метод”: найбільшим дивом герменевтики є те, що людині, яка розуміє, протистоїть інша людина, яка теж розуміє.¹³⁹

Ще раз додамо від себе: та інша людина розуміє саме у свій власний спосіб, і вона при цьому безсумнівно права у своєму розумінні, так відмінному від мого. А я, з її точки зору, неправий.

Отже, квант істини знаходиться або у когось із нас, або він розташований однією протилежністю у мене, а другою у того іншого.

Саме тому попередниця квантової, післякласична теорії журналістики наголошує саме на пошукові того найменшого, неділимого, що ми нині називаємо квантом.

¹³⁹ Гадамер Х.-Г. Истина и метод. URL : https://stavroskrest.ru/sites/default/files/files/books/gadamer_g_g_1988_istina_i_metod.pdf

Тут слід додати, що на момент прийняття рішення такий розклад може бути правильним, але за певний час ситуація може змінитися і ми обидва будемо вже неправі.

І це, власне, не нашим відкриттям: ще в 1921 р. У. Ліппман писав, що рішення, прийняте певного дня і за певних обставин, безнадійно застаріває на момент його реалізації. "Вони пливли в Індію, а відкрили Америку" ¹⁴⁰.

Квантовість щодо інформації здійсниться, коли автор дійде у своїх пошуках до найважливішого, визначального, того, що, власне, і спричинило подію, про яку він хоче писати. Так він зрозуміє ще одну вимогу квантовості - бачити велику кількість можливостей, з якої здійснилася лише одна - саме ця, і чому, з яких причин, здійснилася саме вона.

Цього вміння (і навіть цього прагнення) дуже бракує медійникам, особливо тим журналістам, які не мають спеціального університетського вишколу.

Якось під час мого лекторію в одній із найвищих у країні медійних установ молода кореспондентка нервово спитала мене:

“Ви що, не вірите в це? Всі про це пишуть!”.

Я відповів:

“Ні, не вірю. Щодо віри - треба йти до церкви, там місце для віри. А мені потрібні знання, тверді й остаточні. А я їх у публікаціях ЗМІ з цього приводу не бачу”.

Кореспондентка була дуже розчарована відповіддю: от же - професор з журналістики - а не вірить!

Квантовість інтерпретації почне виявляти себе, коли те саме видання дасть утому самому тексті протилежну точку зору. Це, до речі, є одним із важливих пунктів стандарту роботи журналістів Британської радіомовної корпорації BBC.

Слід, однак, застерегти і від площинного ставлення до цих трьох шаблів розуміння медій, від класичного до квантового. Їхнє зіставлення не є протиставленням як упередженої, так і неупередженої та щиро аналітичної журналістики. Всі мають право на існування - в залежності від обставин та волі автора.

У цьому контексті спрощеною виглядає навіть думка Умберто Еко про те, що суб'єкт втягнений – пише він чи промовляє – до гри натяків та примовчувань, "він оплетений ланцюгом символів" ¹⁴¹.

За ними завжди лишається квант істини.

Він і є головним у медіапосланні.

¹⁴⁰ Lippman W. Public Opinion – New York, 1949.

¹⁴¹ Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб., 1998. – С. 350.

Важливим тут є те, чи знайшов його автор, чи взяв до розгляду його протилежності та як їх використав у тексті або сюжеті.

Текстом керує контекст. Хто ж із журналістів, рекламістів чи піарників цього не знає? Текст вбудований у контекст і його не можна з нього “вийняти”.

Але контекстом керує дискурс. Контекст - як скріншот, вийнятий із відеосюжета. Про це в нас детальніше піде мова нижче.

Разом вони і створюють контент, тобто зміст, написаний чи ні, але сприйнятий кожним з масової аудиторії по-своєму, із неповторною інтерпретацією та емоційною реакцією.

Однак тепер вимагатиметься діставатися крізь все це до кванта, до того неділимого, на що контент вже не впливає. Квант істини впливає на контент, формує його, визначає його зміст і форму у кожного автора неповторно - і у кожного читача теж неповторно, в силу дії закону Гумбольдта-Потебні.

В результаті можуть з’явитися два непримиренно різні контенти, і вони впливатимуть на обидві протилежні складові цього самого кванта.

Тут йдеться про речі максимально глибинні.

Висловлюємо тут думку, що у нас квант (остаточне неділиме) виступає в ролі істини.

І ця істина має мінімум два протилежні пояснення: це неодмінна умова її виголошення. Або може мати навіть кілька пояснень і одного автора, а вже у різних авторів і поготів. Це може бути, скажімо, протиставлення різних менталітетів у безмежжі соціокультурного простору.

Але ж, попри їхню принципову протилежність (вона криється у природі кванта) - істина лишається єдиною і неділивою. Різні її інтерпретації не руйнують, а прояснюють її істинність.

Тоді істина і є наш квант.

Можливо, це саме так. “Істина конкретна”, - сказав філософ. “Істина належить до світу речей, істина не належить до світу ідей”, - сказав другий філософ.

Схоже на те, що головне в пошуку істини залежить від менталітету. Він є тим інструментом, який веде автора-пошуковця до кванта, він же дає автору інструмент для вибору одного з двох протилежностей цього кванта. Потім те саме відбувається з читачем, глядачем. Вони, за визначенням дослідників М.Д. Феллера, М.М. Бахтіна, є рівними як співавтори у розумінні тексту.

Це так для нас, людей. Один пише і щось закладає в текст - другий читає і “виймає” з тексту зовсім не те, що в нього закладав автор, а те, що він зміг або схотів.

Але як буде з цим при підключенні до справи штучного інтелекту? Яким “менталітетом” буде керуватися ШІ у пошуку істини? Чим і як буде керуватися у неймовірних звивах цих відносин розуміння-використання міжлюдського спілкування?

При цьому ми маємо на увазі не ті менталітети, що склалися раніше внаслідок окремих вад чи переваг різних чинників: загальної чи професійної освіти, браку чи надлишків талантів у тих, хто пише або читає.

Маємо на увазі і ті сіюхвилинні менталітети, що керують людськими реакціями саме тут-і-зараз і можуть бути незалежними від колись отриманої освіти чи батьківських настанов.

Маємо на увазі і глибинні рівні менталітету для спілкування з ІІІ, які у людей складаються, виходячи з найвищих філософських, передовсім аксіологічних, ціннісних засад. Тобто з найвищої мети, яку, свідомо чи несвідомо, ставлять перед собою як ті, хто пише, так і ті, хто ними керує, і навіть ті, хто потім усе це читає, дивиться чи слухає.

Який з них зіграє вирішальну роль тут і зараз? Людині важко на це відповісти. А машині?

Де тут місце ІІІ? Чим буде його менталітет, навіть якщо він швидко перечитає твори всіх філософів, письменників і фізиків? Як нам розпізнати параметри його менталітету, щоб розмовляти з ним на рівних?

Тепер ми переходимо до осмислення найсуттєвішого, що відрізняє стару і нову епохи в науковому осмисленні масової комунікації.

В основі класичних медіа досі лежить, як не дивно, прагнення переробити світ на більш лінійний. Спрощення, редукування того, що є надто складним для масової свідомості, тут явно домінує. Диктаторів, як було показано вище, дратує багатомірність світу, а ще більше багатомірність його віддзеркалення в людських свідомостях у їхній масі. Вони докладають надмірних зусиль для прямого, спрощеного керування суспільством. "Проект однодумства на Русі" був висміяний найбільш критичним з найвідоміших письменників ХІХ століття М. Салтиковим-Щедріним.

В основі некласичних медіа лежить розуміння нелінійності перебігу життя та прагнення відобразити цю нелінійність, складність якнайближче до оригіналу.

Таке наближення дає підстави для більш точного коригування "картинки" світу.

Розвитком такого стилю і має стати введення в нашу працю поняття і методу квантовості.

Робота медійника за такого підходу краще самоорганізується: її організує його відповідальність перед масовою аудиторією, а не перед диктатором.

Без цього автор втрачає контакт із самоорганізованими системами суспільства, для яких він не представник жорсткої влади, а одне з джерел інформації.

А відтак автор втрачає і вплив на їхні точки біфуркації.

Однак медійник є тут все-таки чимось протиставленим плину життя як такого. Ось є він - а ось його цільова аудиторія. І ця відірваність, протиставленість не може бути подолана

- з тієї причини, що від початку використовується модель розуміння світу, в якій автор знаходиться ніби зовні: він споглядає, оцінює, впливає тощо.

Відколи відбулася зміна старої журналістики часів телебачення моделі “Я - Всі” на нову, часів розвинутого інтернету з моделлю “Всі - Всі”, було закладено фундамент саме для теорії післякласичності.

Квантовість мислення не долає цю модель, оскільки медіадіяльність і соціальні процеси лишаються в тій самій диспозиції: для масової свідомості, особливо в мегаполісах, реальністю є те, що показано в інтернеті. Але саме квантовість дає можливість завершити коло і повернути все на свої місця - саме через можливість дістатися кванту, того, що є основним, неділимим, реальним у дійсності, у всій його суперечливості.

Рішучим кроком до цього має стати визнання квантовості як принципу розгортання медіапроцесів. Дістатися справжнього, неділимого, істинного, а потім зрозуміти внутрішню розділеність, суперечність знайденого - саме це й дає новий ступінь розуміння медійного світу - хоча насправді він добре відомий, оскільки за своєю суттю він є діалектичним і в своїй основі має філософську діалектику.

Залучення квантовості як нового інструменту до оновлення класичної теорії масової комунікації дозволяє приступити до створення післякласичної (діалектичної) теорії.

Фактично така практика вже існує. Річ у тім, щоб це було принципово визнано і розроблено теоретично й методологічно.

Нинішнє покоління теоретиків завершило створення класичної теорії журналістики. Наступне покоління теоретиків може приступити до створення квантової, або синергетичної, або післякласичної теорії журналістики - відмінності у назвах висвітлюють лише деякі відмінності в точках зору на єдиний предмет дослідження.

Перша показує відданість максимально глибоким дослідженням непевностей і непередбачуваностей.

Друга робить акцент на самоорганізації професіоналів, які оволоділи методом квантового пошуку істини.

Третя показує стосунки оновленої теорії з її класичною попередницею.

Загальні риси нових підходів проступають ясніше, якщо прислухатися до Жака Дерріда:

"Розсіювання" не має на меті нічого заявити з остаточною визначеністю і не може бути зібране в дефініцію. <...> Перенесення уваги на полісемію або на політематизацію являє собою, мабуть, прогрес порівняно з лінійністю письма або моносемантичного

прочитання, стурбованого прив'язкою до тексту-опікуна, до головного означального тексту або до його головного референта".¹⁴².

Стосовно того, чи стане квантовість реальним фактором розвитку світу медіа та нашої теорії за нових умов, можуть існувати аргументи як за, так і проти.

Аргументи за квантовість. Ймовірнісні вірогідності, що лежать в основі квантового способу мислення, існують та мають межі, визначені однією лише невизначеністю. Це те, що є найменш зрозумілим у ній не лише гуманітаріям, а й фізикам. Тому на цьому треба зосередитися. Знята невизначеність нібито породжує інформацію. Однак насправді це одна ймовірність породжує нову ймовірність. Істина факта, тобто його квант, неспростовна, але все інше, що є після нього, може і має бути піддане сумніву.

Якщо журналіст вважає, що отримав факт, і його читачі теж так вважають, то в певному розумінні так воно і є. Однак це "лише в певному розумінні".

Краще було б нам знати, що, навіть маючи в руках неспростовний факт (а це дуже схоже саме на квант у його неділимості), ми знаємо про нього незрівнянно менше, аніж про нього не знаємо. І в дискурсі, що супроводжує текст про факт, завжди присутній хаос як невідоме. Попри те, що він є переважно невідомим, він має певну структуру (невідоме кому саме, невідоме чому, невідоме наскільки, невідоме доки і т.п.). І він не розриває зв'язків із фактом, який ми від нього відібрали. Але не розриває зв'язків і з невідомим як хаосом, оскільки там, у хаосі, лишилися його зв'язки з іншими квантами, з якими він є квантово сплутаним.

Квантовість виступає тут як розуміння одночасної істинності-та-облудності того, що стверджує журналіст. А діалектичність користується цим задля подальшого розвитку.

Ось дуже спрощений, але показовий приклад такого становища: попри точне знання того, що це Земля крутиться навколо Сонця, ми продовжуємо говорити: "Сонце встало", "Сонце сідає".

Інформація піддається потужній обробці саме у сфері масового спілкування, як тільки до неї потрапляє. І це відбувається через масову інтерпретацію, яку відтак можна розглядати не тільки як сферу масового розуміння, а і як початки масової верифікації істини – у всій її суперечності.

Вірогідність імовірностей завжди виникає з певних причин. А виникнувши, складає наші знання в нову мозаїку, яка більшою чи меншою мірою нагадує картину даного фрагмента колишнього хаосу, який ми відтепер можемо визнавати як вже пізнаний нами - хоча це пізнання є дуже неповним і непевним.

¹⁴² Дерріда Жак. Позиції / Ж. Дерріда. – К., 1994. – С. 70.

Те, що медійник вважає на підставі визначеної (ним же!) невизначеності за істину, є не істина, а тільки його бачення її, яке тільки певною мірою відповідає "істинній істині". Помножене на кількість людей, що беруть участь у масовій верифікації, воно дає одночасно і збільшення хаосу, і наближення до конкретної істинності інформації, поданої медіа.

Цій коловерті інтерпретацій може протиставитися квант як щойно пізнана істинна істина - вона ж відкриває хід мінімум двом протилежним ставленням до себе, вони вже містяться у кванті істини.

Аргументи проти квантовості. Післякласична, квантова медіасфера не може мати помітного місця в потоках масового спілкування. І це тільки з тієї причини, що журналістика, на відміну від художньої літератури, зокрема поезії, не може дозволити собі підмінити інформацію художніми образами, тобто тим, чого в реальності не існує. Його Величність Факт у медіа щоразу заземлює будь-які пошуки на цьому напрямку.

Роздумуючи над цими аргументами за та проти прийняття квантовості у свої наукові та творчі арсенали, можливо, практики та теоретики медіасфери знайдуть справді ефективний інструментарій опрацювання цих змістовних пластів квантів. Відчувається, що певний соціальний інтерес, тобто соціальна потреба, у цьому є.

"Старий добрий" модернізм із його незчисленними внутрішніми "-ізмами" лишився для преси не більше, ніж "предметом висвітлення" і не перетворився на власний творчий метод для ЗМІ.

Точно так і постмодернізм виявився для медіа внутрішньо чужим, залишився на тих теренах, де буття пізнається у формах художнього образу, і не перейшов на той бік, де в попиті подія, а не витонченість її опрацювання, де елітарність та вишуканість мистецької думки не є в такій уже великій пошані. Вони не стали для медійників предметом поклоніння, як це відбулося стосовно мистецтва серед дуже вузького прошарку гуманітарної інтелігенції. Інтерв'ю відомих політиків або репортажі з "гарячих точок планети", з одного боку, та романи Умберто Еко з іншого – є з такої точки зору цілковито протилежними.

Однак знати про існування такої послідовності, бачити можливості використання цього досвіду, бачити його особливості, сильні та слабкі сторони, включати їх у разі потреби і на певний час до свого творчого арсеналу – корисно.

Це так передусім із погляду на діалектичний підхід до справи масової комунікації. Він є максимально широким за змістом, точним за метою й надійним за методологією.

Він включає в себе і визнання, і відкидання - хаосу, нелінійності, квантовості, а також усього, що ще може з'явитися в нашій теорії або практиці. І модернізм, і постмодернізм як методи розуміння-пояснення дійсності, можуть бути включені до квантового методу.

А цей метод, у свою чергу, входить до методу діалектичного, який і є філософськи і повсякденно всеохоплюючим і універсальним. Він дозволяє враховувати максимальну кількість чинників - у реальності їхньої протиставленої нероз'єднуваності.

Він не відриває буття від розуміння, а доповнює перше другим.

Саме діалектика має бути філософською основою масової комунікації та тих наук, що займаються вивченням сфер масової інформації, масового розуміння, масовоемоційних впливів та масової комунікації аж до масової верифікації в кінці будь-яких інтердискурсів.

Зокрема, він указує нам ще один шлях пізнання-розуміння власних потреб і можливостей. Це – шлях від складнощів дискурсного розуміння інформації до надскладнощів інтердискурсу в цій діяльності.

2.2. Структурологічна необхідність модернізації медіатеорії

Наука єдина. Її розділеність на різні галузі, дисципліни, теорії тощо, за великим рахунком, несуттєві: адже єдиним є предмет наукової діяльності - Всесвіт і ми в ньому. Єдиними є її вимоги та фундаментальні закони.

Масова комунікація має своїм предметом так само весь Всесвіт, але не його природу, не його буття й онтологію, а як предмет і зміст масового спілкування, масової комунікації. Це і гносеологія, і феноменологія разом при всіх протилежностях цих двох філософських методів.

Саме це дало нам підставу ще 20 років тому поставити питання про те, що теорія масової комунікації є фундаментальною науковою дисципліною, нарівні з математикою і філологією, і мусить мати власну філософію як прямий вихід на філософію як таку.

Тепер настав час визначити відношення теорії масової комунікації в її класичній, але оновлюваній версії - з іншими науковими дисциплінами як всередині її системи, так і назовні її. Це дасть нам можливість прояснити наукознавчі напрями осучаснення цієї теорії в дискурсі сучасних наукових дисциплін - а як ми дізнаємося нижче, і в його інтердискурсі.

Чому виникла необхідність повернутися до цих пошуків? Саме брак належної уваги до цієї фундаментальної проблематики змушує нас відновити дослідження взаємодії різних полюсів, а саме класичності та квантовості, в оновленій теорії масової комунікації. Це має бути щось нове в нових реаліях незрівнянно ширшого та швидшого обміну інформацією, її інтерпретацією, масовоемоційними впливами, комунікуванням та масовою верифікацією.

Ці міркування підтверджують і актуалізують тему подальшого дослідження: оновлення теорії масової комунікації в оточенні суміжних наукових дисциплін. Вона

зумовлена низкою наукових викликів, зокрема соціальних та суспільствознавчих, серед яких найважливішими є:

- вимоги **продовження фундаментальних пошуків** у нових умовах на рівнях філософії, філософської лінгвістики, загальної філології як дотичних до теорії масової комунікації;

- необхідність **утвердження демократичних відносин** між суб'єктами соціальної комунікації (передовсім пресою, "паблік рилейшнз", рекламою тощо) та суспільством, які мають тенденцію до зміцнення інтерсуб'єктного характеру і прагнуть суспільного порозуміння в нових історичних умовах;

- різке **зростання самокерованості** соціальної комунікації в умовах поглиблення інтернетизації, цифровізації та настання епохи штучного інтелекту, а відтак і наукового пошуку нових резервів дослідження цих процесів;

- **набуття** проблематикою масової комунікації **першорядного значення** за нових соціальних умов, пов'язаних зі стрімким зростанням інформатизації, з інтенсифікацією процесів поширення інформації та втручання до них штучного інтелекту;

- потреби власне медій, зокрема необхідність розроблення методик і моделей **співпраці зі штучним інтелектом** медійниками та масовою аудиторією;

- вимоги **підвищення ефективності й дієвості ЗМІ** у взаємодії із громадською думкою, збільшення їхнього впливу на перебіг соціального процесу зі зростаючим усвідомленням наслідків цього впливу за умов впливу штучного інтелекту;

- **повсякденні завдання** масовоінформаційної діяльності української преси, спрямовані на отримання соціально значущої інформації, а отже, її інтерпретації і користування нею у співпраці зі штучним інтелектом;

- потреби **повсякчасного оновлення наукових ресурсів** масової комунікації, виведення їх на якісно нові творчі рівні, а також необхідність обґрунтованого відкидання віджилих, застарілих підходів, притаманних їй недемократичним моделям;

- нагальні **вимоги підвищення якості підготовки кадрів** для ЗМІ країни, зокрема, опанування ними проблематики нової епохи та інструментарію різних програм ШІ;

- потреби **розвитку інших, суміжних нам, галузей науки**, зокрема філософії, філософії лінгвістики та семіотики, які у своїй пізнавально-перетворювальній діяльності вже співпрацюють з масовою комунікацією та об'єктивно потребують подальшого розвитку.

Власне, йдеться про дискретні і водночас цілісні процеси, які ми маємо розглядати як у їхній окремішності, так і у їхній нерозривності.

Починається все з початкового отримання інформації. Це ми раніше назвали першорозумінням. Це акт отримання інформації, це перше враження, однакове для всіх: усі почули від політика або блогера одне і те саме, всі побачили одну і ту саму рекламу тощо.

Цей акт розвиває його наступна інтерпретація (першоінтерпретація) кожним у її принциповій подібності: всі не лише побачили, а спочатку і зрозуміли одне й те саме. Скажімо, стало відомо, що певна фракція у раді внесла законопроект - це поява інформації. “Вони все-таки це зробили!”, - це першоінтерпретація.

Потім починається розгортатися “дерево інтерпретацій”, явлене споглядачеві у принциповій неповторності кожної з своїх гілок та гілочок. Це відбувається суто індивідуально, але вже в просторі більш ніж індивідуального розуміння, аж до висновків “усі так думають” або “ніхто з цим не згоден”.

Далі настає час аперцепції як перерозуміння-переінтерпретування цієї події - відносно вже наявного у всіх (але при цьому в кожного) знання.

Але що є аперцепція для ІІІ? Що йому слід і що можливо “перерозуміти”? Хто буде керувати цим процесом?

Надзвичайно важливе запитання. Тут буде пролягати “червона лінія” у співвідношенні людського та машинного мислення. Якщо ми будемо розуміти і контролювати, як аперцепує ІІІ, як він відкидає старі знання і приймає нові - ми зможемо керувати ним. Якщо ми цього не зможемо - він керуватиме сам собою, а згодом і нами.

Далі для медійників настає час остаточної інтерпретації як результату обдумування, як закінчення вагань, як уточнення глибинних інтересів та підкорення емоціям.

Тут настає прикінцевий акт усього ланцюга переростання просто інформації на масову інформацію - і початки її застосування.

Це акт масової верифікації як дія прийняття остаточного рішення кожним, тобто усіма. Головна його особливість і важливість полягає в тому, що саме тут настає остаточний момент - верифікація перетворюється на керівництво до дії - або до бездіяльності, яку теж можна розглядати як свого роду дію, принаймні як здійснення остаточного рішення.

Далі, вже за межами сфери масової комунікації, настає час аплікації - соціальної дії або бездіяльності на підставі верифікації і всього, що їй передувало.

Звернімо увагу на те, що кожен із кроків цієї послідовності є водночас прикладом і суб'єкт-об'єктних, і інтерсуб'єктних відносин між усіма учасниками масового спілкування. А воно завжди, за своєю природою, є міжперсональним навіть у наймасовіших масштабах: кожен з мільйонів сам читає інтернет, сам інтерпретує відповідно до його неповторного життєвого досвіду та сіюхвилинних інтересів.

Певною мірою, це відбувається щоразу зі своїм балансом, хтось впливає на когось, а той наступний хтось, у свою чергу, впливає на кожного перед ним і за ним у потоці обміну. І обоє самі визначають міру цього впливу на іншого та від іншого на себе.

Ці дії мають бути взяті в подальших наукових розвідках не лише в контексті міжперсональних стосунках впливу, а й просторах масового обміну інформацією, де бажання впливу помножується на кількість учасників комунікації.

Такі розвідки є надзвичайно важливими для описання всього процесу нової масової комунікації саме за змінених умов, оскільки тепер і суб'єктом, і об'єктом починає виступати штучний інтелект, тобто машина. Точніше - це є нова технологія, оскільки машини (тобто хард, а не софт) мають тут поки що підпорядковане значення. Навіть потужні квантові комп'ютери, які вже з'являються, а згодом масово з'являться у нашому житті як нова революціонізуюча сила, будуть все ж таки інструментом, а не суб'єктом масовоінформаційних стосунків.

Це втручання технології в стосунки між людьми як рівної їм, а фактично як більш потужна сила, рішучо міняє, навіть ламає всі практики та і всі дослідження цих практик у їхньому попередньому стані.

Це, власне, і означає появу в масовій комунікації одного з наріжних каменів нової всесвітньо-історичної епохи - епохи штучного інтелекту, в яку ми вже, за свідченням Білла Гейтса, вступили 21 березня 2023 року і в якій вже живемо.

Слід буде також зважати також на перешкоди здійсненню цих нових відносин. Дуже схоже на те, що однією з головних таких перешкод будуть вади людського мислення, обмежені повільними швидкостями реакції людських мізків на надходження-осмислення інформації - та прийняття рішення як верифікації. Важливим, а подекуди (наприклад, у рекламі) вирішальним стане вплив людських емоцій, особливо масових, на процеси мислення як наявні для людей і (поки що) відсутні для машини.

Розпочинати осучаснення класичної теорії масової комунікації, треба, на нашу думку, з того, з чого починається щоразу в незчисленних акціях сама масова комунікація - з появи інформації. Її далі слід буде опрацювати та передати на масову аудиторію. (Непрофесіонали з масмедіа помилково вважають, що комунікація і є передаванням інформації. Професіонали ж знають, що це є передавання послання, яке неодмінно включає в себе інформацію, її інтерпретацію та заряд емоцій).

Отже, все починається з отримання інформації, із її появи. Вже потім настає набуття нею характеру масовості.

Як це відбувається?

Невідомо. Майже невідомо, бо деякі риси цього процесу виявлені нами у нашій монографії “Проблеми розуміння й інтерпретації у соціальній комунікації”.

Але повної і ґрунтовної картини наразі нема.

Дається взнаки відсутність у сучасній науці про масову комунікацію саме теорії масової інформації.

Цей висновок необхідно з прикрістю відзначити на піку інформаційної епохи, у розпал інформаційної революції чи навіть настання цілої нової масовоінформаційної епохи - пост-інтернету або ери ШІ.

За роки свого цифрового прогресу масова інформація набрала небувалих обсягів, величезного загального тиражу. Більш того, вона стала стратегічним ресурсом для країн усього світу – важливішим за гроші, зброю чи корисні копалини.

Деякі з дотичних ідей щодо необхідності такої теорії були представлені в українській науковій літературі. Спочатку ідея з'явилася в нашій науковій статті.¹⁴³

Пізніше вона була розвинена в деяких аспектах у нашій монографії з герменевтики масової комунікації.¹⁴⁴

Але теорію масової інформації у світі ще не створено.

Очевидно, що така об'ємна робота не може бути виконана однією людиною і за один раз. Тут треба рухатись поступово і цілими науковими колективами. Ця наша монографія, можливо, один із початкових кроків до такої високої наукової мети.

Отже, першим кроком осучаснення структури КТМК тут є постановка питання про створення теорії масової інформації.

Це втручання технології в стосунки між людьми як рівної їм, а фактично, як більш потужна сила, рішучо міняє, навіть ламає усі практики та й усі дослідження цих практик у їхньому попередньому стані.

Це, власне, і означає появу в масовій комунікації одного з наріжних каменів нової всесвітньо-історичної епохи - епохи штучного інтелекту, в яку ми вже, за свідченням Білла Гейтса, вступили 21 березня 2023 року і в якій вже живемо.

Слід буде також зважати на перешкоди здійснення цих нових відносин.

Дуже схоже на те, що однією з головних таких перешкод будуть вади людського мислення, обмежені повільними швидкостями реакції людських мізків на надходження-

¹⁴³ Владимиров В.М. (2020), «Четвертий етап інформаційної революції: ймовірні перспективи, неймовірні можливості», Наукові записки Інституту журналістики. URL: www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/76_1.pdf (останній перегляд 17 листопада 2020).].

¹⁴⁴ Владимиров В.М. Парадокси сучасної теорії масової інформації : Монографія. - К. : Видавництво “Наукова столиця”, 2020. - 180 с.

осмислення інформації - та прийняття рішення, тобто верифікації. Важливим, а подекуди (наприклад, у рекламі) вирішальним стане вплив людських емоцій, особливо масових, на процеси мислення як наявні для людей і (поки що) відсутні для машини.

Це надзвичайно складні процеси самі по собі - а з втручанням генеративного ШІ ускладнюються ще більше. Вони мають безліч рівнів - від фундаментального у науці до суто практичного у повсякденній діяльності медіа. Їх осучаснення - гігантська наукова задача. Але її треба робити.

Крім того, їх дослідження і опис в нашій країні та нашими вченими вивело б українську науку про масові комунікації на передові позиції у світі.

Так, ця робота має й міжнародний вимір. І тому у ході ознайомлення, скажімо, англomовних читачів зі змістом уже зроблених наукових досягнень нам неминуче доведеться повторювати деякі ідеї, які вже опубліковані українською, але ще не опубліковані англійською мовою.

Для створення такої теорії навіть маємо і деякі доробки.

Важливі підходи до неї бачимо у монографії В.Ф. Іванова “Аспекти масової комунікації”, де, зокрема, частина I називається “Інформація і комунікація”.¹⁴⁵

Віддамо належне авторові: природа інформації відносно її участі в масовій комунікації досліджена в монографії глибоко й послідовно. Ось красномовні назви глав:

“Загальна уява про інформацію

Природа інформації. Інформаційна взаємодія.

Інформація і знання.

Класифікація інформації.

Дослідження інформації.

Форми існування інформації.

Властивості інформації. Інформаційний вибух”.

Це є переконливий крок до створення теорії масової інформації. Але в наступному розділі автор, “перестрибнувши” етап дослідження процесів омасовлення інформації, переходить до викладення природи масової комунікації.

Теорія масової інформації як така не створена не лише в Україні – її фактично немає й у науковому просторі Європи. Про це свідчать наші ретельні пошуки в англomовній літературі та в доробках німецьких, французьких, італійських дослідників медіатеорії. Її нема також у наших китайських колег, які в медіасфері йдуть своїм шляхом.

¹⁴⁵ Іванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация / Монография. - К.: ЦВП, 2009. - 190 с.

Вочевидь, час починати це робити.

Основні етапи процесів, які матиме своїм предметом теорія масової інформації, нам представляються такими:

- **поява** інформації з хаосу (невідомого);
- **оцінка** її як соціально корисної, цікавої або призначеної (тут у справу дещо втручається вже герменевтика, однак це справі не шкодить);
- **рух** позитивно оціненої інформації від інтраперсонального становища до діалогового, групового, соціального та масового.

Вже в інтраперсональному та початково інтерперсональному (ще діалоговому) спілкуванні інформація змінюється-оновлюється через механізми надходження нової інформації, вимушеного використання “старої інформації”, взятої з пам’яті, як основи для оновлення.

Так долаються індивідуальні сумніви.

Так виникає передумова до настання пошуку інформації зовні, виходу у сферу масової комунікації.

Ми виходимо з того, що без людини, яка розуміє, інформації нема.

Це виводить нас на поняття ноосфери, введене французами на основі вчення українського академіка В.І. Вернадського. “Відповідно до оригінальної теорії Вернадського, ноосфера є третьою в послідовності таких основних фаз розвитку Землі як утворення геосфери (неживої природи) та біосфери (живої природи). Так само, як біосфера утворюється взаємодією всіх організмів на Землі, ноосфера складається усіма розумами, що взаємодіють”.¹⁴⁶

Це є визнання фундаментальної ролі масмедіа.

Тоді як сюди вбудувати штучний розум, якщо він зрівняється з людським і перевершить його?

І що з цього для новостворюваної теорії масмедіа?

У різних науках по-різному бачать природу інформації. Як вважають фізики, інформація притаманна речі. Певна річ, скажімо, ложка, є твердою. Це її якість і її, на думку фізиків, від неї не можна відняти.

Гуманітарії вважають, що інформація є фрагмент зовнішнього світу, віддзеркалений у внутрішньому, ідеальному світові людини. Однієї людини. Кожної. Але, можливо, і всіх людей, охоплених цією інформацією в масовій комунікації через масмедіа.

¹⁴⁶ Ноосфера. URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%BE%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0>

У науці про масову комунікацію вбачають в інформації реакцію людини на зовнішній світ, точніше, на той фрагмент зовнішнього світу, який тут і зараз знаходиться в центрі її уваги. Як його впускання у свій внутрішній, ідеальний світ, у її душу.

У масовому спілкуванні складається масова інформація, це спільне визнання чогось таким, що “всім відомо”.

Листя саме по собі не є зеленим, це ми його таким бачимо. Банкнота для фізика лише нарізаний папір, для економіста вона ж є універсальною міноюю вартістю, а для медійника - джерело величезних можливостей використувати різні його якості для впливу на масову свідомість, у якій до неї є величезна зацікавленість.

Інформація, на розвиток думок У. Ліппмана про існування двох світів, зовнішнього реального і внутрішнього ідеального, є відображенням фрагменту зовнішнього, об’єктивного світу у внутрішньому, ідеальному світові людини.

Але як це є в масовій комунікації? Адже окремі душі не зливаються в щось єдине, навіть під час літургій кожен звертається до Бога по-своєму. немає і не може бути “масового ідеального світу”.

Чи все-таки зливаються, утворюють щось таке, про що ми поки що не задумувалися?

Про це ми писали в попередніх монографіях, коли обдумували процеси появи інформації (вже - відомого) від хаосу як ще-не-відомого:

“I – невідоме нікому (незрозуміле); це **стан відсутності інформації**;

II – відоме (зрозуміле) комусь, одній людині (можливо, що і журналістові), і невідоме решті; це **стан появи інформації**;

III – відоме обмеженій кількості людей, у тому числі й журналісту, і невідоме решті; це **стан поширення інформації**;

IV – відоме великій кількості, масовій аудиторії, та невідоме тим, хто з якихось причин не має доступу до джерел масової інформації. Це – **стан становлення масової інформації**;

V – відоме всім; масова інформація набуває своєї **завершеності**”.¹⁴⁷

Природа процесів появи масової інформації досліджувалася нами при розгляді існування просторово-часових континуумів масового розуміння та масовогерменевтичних фреймів (рамок, меж) у масовій аудиторії.¹⁴⁸

У тій самій монографії було розглянуто процеси омасовлення інформації в разі потреби людини в додаткових знаннях.

¹⁴⁷ Владимиров В.М. (2014), Проблеми розуміння й інтерпретації у соціальній комунікації, Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, Київ, - С. 53.

¹⁴⁸ Там само. - С. 623.

Це було виявлено як 12-ланцюгова спіраль. Людина пробує знайти потрібні інформації сама в собі - це рівень “Я-Я1”.

Якщо інформації бракує, людина, шукаючи підстави для власних рішень, виходить на рівні “Я-Ти”. Це збільшує кількість інформації, якою вона обґрунтовує свої дії.

Далі йдуть наступні рівні подальшого “омасовлення” аудиторії - “Я-Ти-Він”, “Я-Ти-Інші”, “Я-Ти-Решта”, аж до “Я-Всі” (рівень глобального телебачення) та, в масштабах інтернет-комунікації, “Всі-Всі”, тобто, по суті, “Кожен-Кожен”, оскільки за будь-якої “масовості” реально обмін інформацією відбувається саме інтерперсонально.

У кінці розвитку цієї спіралі людина вертається до самої себе, до свого внутрішнього світу, збагачена величезним обсягом отриманої від “Всіх” інформації - та з розв’язаною проблемою, з якої все починалося. І знову опиняється наодинці як “Я2-Я3” перед новою проблемою, що виникла внаслідок розв’язання попередньої.¹⁴⁹

Отже, ця схема дає нам розуміння створення масової аудиторії - але ще не “омасовлення” власне інформації як такої.

Цей приклад показує, як багато треба буде докласти зусиль, щоб зрозуміти, як “просто” інформація, щойно віднята від невідомого, від хаосу, стає масовою. Які зміни при цьому відбуваються в її природі? Чи такі зміни не настають і кожна інформація ніяк не змінюється під час її поширення?

А закон Гумбольдта-Потебні (“Почуте ніколи не дорівнює промовленому”) не пошкоджує вихідну інформацію, а створює нову?

Тоді “стара” ніби застигає на тому етапі спілкування, який ми вже перейшли, лишається у внутрішньому, ідеальному світові мовця. А далі йдуть, по контактах від людини до людини, оновлені та покручені її версії.

Тоді в масовій аудиторії щоразу виникають, як наслідок діяльності медіа, мільйони отриманих власних інформацій, цілковито або трохи подібних до першопочаткової, або й зовсім до неї не подібних, або навіть спростованих окремими її отримувачами і відкинутих ними як облудні.

І це вже виведе всю справу за межі теорії масової інформації, оскільки стане переходом до етапу масової інтерпретації - наступного етапу створення масовокомунікаційного послання.

Розмірковуючи на ці теми, ми виходимо з того, що у масовій аудиторії не існує єдиного “внутрішнього ідеального” світу, єдиної масової свідомості, єдиної “масової душі”. Є

¹⁴⁹ Владимиров В.М. (2014), Проблеми розуміння й інтерпретації у соціальній комунікації, Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, Київ, - С. 127-128.

величезна сума індивідуальних свідомостей і душ. Вони об'єднуються так чи інакше у вже згадувані вище герменевтичні фрейми за подібністю інтерпретацій або емоційних реакцій.

Масова свідомість є ніщо інше як метафора, вона складається з індивідуальних свідомостей не так, як море складається з крапель (де кожна крапля розчиняється в морській воді), а як ліс складається з дерев – і кожне дерево, ставши часткою лісу, зберігає свою окремішність, особистість і неповторність навіть серед дерев однієї породи.

Отже, у теорії масової інформації слід буде дослідити, чим є інформація, але не просто “знята невизначеність”, але вже призначена для масового спілкування, і чим вона стає по ходу її введення до масовій свідомості.

Тут можуть бути такі напрями дослідження:

- як змінюється природа “просто” інформації на її переході до стану масовості;
- як проходить її переростання у масову, як діє тут закон Гумбольдта-Потебні;
- як це відбувається у дискурсі (у потоці життя);

Як це відбувається в інтердискурсі (масовій взаємодії дискурсів), і навіть у інтердискурсах (групах інтердискурсів) у потоці масової комунікації.

А відтепер до цього набору наукових проблем доквантової епохи додається нова, ще складніша.

Чим є масова інформація епохи штучного інтелекту, квантового мислення, нейрокомп'ютерів? Якою тепер є її природа? Яка діалектика є її рушійною силою, які процеси в ній тривають і які наслідки це дає для масової аудиторії, а врешті – для суспільства?

Відповідей, як ми бачимо, поки що нема, їх і не може бути, оскільки питання про необхідність такої теорії, власне, не було конкретно поставлене до останнього часу.

Ясно лише, що в межах класичної теорії масової комунікації, тобто “передавання”, теорія масової інформації, тобто “змісту” того, що маси комунікують, створена бути не може.

Ця нова теорія має бути не про те, “як передавати”. Вона про те, “що саме” передавати: інформацію для її омасовлення.

Це надзвичайно складне завдання. Вона має багато рівнів – від фундаментального в науці до суто практичного в повсякденній діяльності ЗМІ.

Однак воно має бути поставлене як наукове і, згодом, розв'язане.

Крім того, його вирішення в нашій країні та нашими науковцями вивело б українську науку про масові комунікації на передові позиції у світі.

Теорія масової інформації як така не створена не тільки в Україні – її фактично немає в науковому просторі Європи. Про це свідчили наші ретельні пошуки.

Наукова перспектива тут обіцяє величезні відкриття.

Про глибину проблеми відсутності цієї теорії свідчить наш лексикографічний аналіз проблеми, який дав досить несподіваний результат.

Спроби перекласти словосполучення «теорія масової інформації» англійською, французькою та німецькою мовами дали відповідно такі результати: *theory of mass media* (англ.), *theorie des medias de masse* (французька), *Theorie der massen medien* (німецька).

Як бачимо, словники, точніше, їх автори не виділяють теорію масової інформації у теорії масмедіа. Частка не виділяється від цілого. Це велика філософська помилка. Змісти понять тут треба уточнювати.

Інформацію ототожнювати із спілкуванням – явна нісенітниця. Чи дорівнює, скажімо, на залізниці вміст вагонів, тобто вантажі чи пасажери, порожньому вагону, який їх приймає та везе?

Результат лексикографічного аналізу, а також поглиблене дослідження бібліографії європейської та американської науки в цій галузі дозволяють зробити надзвичайно важливий теоретичний висновок: у європейському науковому менталітеті теорія масової інформації не існує, але окремі її фрагменти, необхідні для цілей окремих публікацій, можна знайти.

Те саме є в китайській науці. Ієрогліфи “теорія масової інформації” 大众传播理论 у зворотньому перекладі дали “теорія масової комунікації”.

Безсумнівно, теорія масової інформації не є невіддільною від теорії масової комунікації. Але перша без другої втрачає сенс. Якщо ми інформацію не комунікуємо - вона не стає масовою.

Але досі вона як окрема теорія з власним предметом дослідження була поглинена теорією масмедіа, яку зазвичай називаємо теорією масової комунікації.

До цих двох теорій ще треба додати й теорію масової інтерпретації, і теорію масових емоцій.

Так виникає потреба звести все це в єдину й струнку теоретичну систему з назвою “теорія створення медіапослань”.

У дискусіях на міжнародних наукових конференціях складається враження, що наші західноєвропейські та американські колеги взагалі не розуміють, про що ми говоримо, коли запитуємо їх про необхідність створення такої теорії.

Причини цього не-до-розуміння, небажання розвиватися в цьому напрямку чекають на окреме дослідження.

Можливо, це незавершеність розподілу однієї теорії на п'ять нових теорій пояснюється особливим ставленням на Заході до загальних наукових теорій. Воно продиктоване філософськими традиціями прагматизму.

Це, однак, не заважає тому самому науковому середовищу визнавати як найцінніші саме загальні теорії - і серед них теорії відносності, теорії хаосу (фундаментальної теорії невідомого) або теорії квантової механіки.

Однак, оскільки і на Заході, і на Сході існують ЗМІ, є журналістика, реклама, піар, існує наука про медіа, вона мала б здобувати знання не просто про інформацію як таку, але про її перетворення на масову і появу її нових якостей.

Окремо існує велика розвинена теорія інформації. Має свої великі досягнення – зокрема, на ній базуються поява і розвиток комп'ютерів та інтернет-технологій.

Але її “тіло” належить переважно фізиці та математиці. Доказом цього твердження є дуже цікава книга Г. Хакена,¹⁵⁰ яка адресована спеціалістам з фізики, хімії, математики.

Є збірка статей К. Шеннона,¹⁵¹ Вона включає такі напрямки, як математична теорія комунікації, теорія комунікації в секретних системах, сучасні досягнення теорії зв'язку, принципи кодово-імпульсної модуляції, спілкування за наявності шуму.

Тому нова теорія, яка зараз має бути створена, повинна мати свій науковий простір. Його ми повинні чітко визначити.

Для цього необхідно відокремити цей простір від просторів інших наукових теорій, особливо близьких до нього.

Спочатку відокремимо теорію масової інформації від теорії інформації.

Очевидно, що досягнення цієї теорії інформації в її нинішньому вигляді не мають прямого відношення до теорії медіа.

А отже, цілком необхідно осмислити процеси омасовлення, точніше – надання індивідуальної інформації масового характеру, обертання інформації в масовому масштабі.

Теорія інформації навіть не може бути однією з основ створення сучасної теорії масової інформації. Ці дві теорії просто про різне і належать до різних наукових галузей, які не пересікаються.

Що вченим-медійникам справді потрібно для першого кроку, це зрозуміти їхню несумісність та відокремити їх одне від іншого.

¹⁵⁰ Хакен Г. (1991), *Информация и самоорганизация*, Мир, Москва, 241 с.,

¹⁵¹ Шеннон К. *Работы по теории информации и кибернетики*, доступно за адресою: URL : http://reslib.com/book/Raboti_po_teorii_informacii_i_kibernetike

Український вчений З. Партико¹⁵² писав, що багато чого було зроблено на цьому напрямку. Але погляди цього вченого стосуються переважно теорії “просто” інформації для використання в комп'ютерній техніці. Це презентація класичної, фізико-математичної теорії інформації в масовій сфері обігу суспільно важливої інформації. Теорія масової інформації не відділена повністю цим автором від теорії масової комунікації і тому не була створена.

У його поглядах вони ніби існують разом.

Тепер їх треба рішучо розвести, і саме шляхом створення цілковито нової наукової дисципліни - теорії масової інформації.

Теорія масової інформації також повинна сягнути своєї справжньої, невід'ємної якості - своєї фундаментальності. Це має бути так, оскільки вона є невід'ємною часткою більшої, “вже”-фундаментальної теорії масової комунікації, яку ми нині прагнемо оновити.

Все-таки життя, як ми наголосили в монографії “Проблеми розуміння та інтерпретації в соціальній комунікації”,¹⁵³ базується на трьох обмінах: обміні речовиною, обміні енергією та обміні інформацією.

Тепер зауважимо, що тут є і четвертий компонент, однаково важливий для існування життя: він є у слові “обмін”, і його легко тлумачити просто як “комунікація”.

Тільки коли інформація з'являється, вона може бути комунікована. А вже передана на маси, вона стає масовою. Тут і міститься предмет теорії, яку вже треба створювати.

У теорії масової інформації має бути також побудована система законів. Багато з них уже відомі практикам соціальної комунікації. І вони навіть частково вже зрозумілі теоретикам. Деякі ідеї з інших наук будуть залучені сюди, у тому числі з класичної теорії масової комунікації. Колегам доведеться “поділитися” з новою науковою дисципліною власними досягненнями.

Скажімо, перспективним напрямком, у якому медіадослідники могли б використовувати нову наукову дисципліну, є розробка закону про збереження інформації в масовому масштабі.

Цей закон повільно починає виникати в надрах фізики, математики та інженерії. Але оптимальна сфера його функціонування – теорія саме масової інформації. З'явилося навіть словосполучення “масова пам'ять”, або “ефект Мандели” як її окремий випадок.

Фізичні способи зберігання інформації (на штучних носіях) є лише допоміжним засобом справжньої сфери її збереження – пам'яті людей, у тому числі й пам'яті мас. Якщо

¹⁵² Партико З.В. (2008), Теорія масової інформації, - Афіша, Львів, 292 с.

¹⁵³ Владимиров В.М. (2014), Проблеми розуміння й інтерпретації у соціальній комунікації, Видавничо-поліграфічний центр ». Київський університет", Київ, 623 с.

не стане людей - хто буде читати фізичні носії? Інформація потрібна в свідомості однієї людини або у великій їх кількості, там вона і має зберігатися як досвід краще, ніж на зовнішніх носіях. Такі носії винаходять, широко використовують - а потім вони зникають і замінюються іншими.

Такий закон має бути доповнений іншим законом, про який ще не пишуть ані фізики, ані фахівці з інших наукових дисциплін.

Це закон збільшення інформації. Його дію вже емпірично відчували спеціалісти з інформатики. Але, наскільки нам відомо, вчені там ще не приступили до його ретельної розробки. А він, власне, і мусить міститися головно всередині саме теорії масової інформації, саме там вона і збільшується, оскільки саме туди потрапляє з зовнішніх джерел.

Слід буде детально розглянути у цій теорії баланси об'єктивного та суб'єктивного у інформації на етапах набуття нею стану масовості.

Перше означає саме зв'язок вже відомого нам факта з реальністю.

Друге – буде залежати від учасників спілкування.

Перше лишиться незмінним на всіх його “переходах”.

Друге весь час буде змінюватися через інтерпретації, у тому числі й керовані масовими емоціями. Це щоразу нестиме ризик пошкодження, у тому числі і першого її компонента теж. Щоразу в індивідуальному розумінні – але щоразу в дискурсі масової аудиторії.

Тут треба зробити одне дуже важливе зауваження. Якщо ми пишемо про “такий”, або “наш” рух (комунікацію) і саме “нашої” (суспільно значимої) масової інформації, слід весь час мати на увазі, що йдеться не про передавання від однієї людини до другої “одноразової” політичної, бізнесової чи військової інформації, або якоїсь іншої. Іде потік обміну численними інформаціями. “Неомасовлена” інформація може мати цілковито інші цілі, іншу природу тощо.

Йдеться все-таки про потік саме масової комунікації, у якому функціонують журналістика, реклама, паблік рилейшнз, тобто про ту частину інформаційного обігу, яка включає вплив саме на масову свідомість з метою управління соціальною поведінкою великих мас людей, а нині, в умовах інформаційного суспільства, і людства як такого.

Згадувана вище 12-ланцюгова схема розгортання масовості інформації від “Я” до “Всі” і назад до “Я-оновленого” знадобиться нам тепер як алгоритм перетворення “просто” інформації, явленої тут і зараз індивіду, на інформацію масову.

Відповідно, у малих групах, на які в умовах інтернет-спілкування в мережі розпадається колишня масова комунікація, через незначні кількісно впливи на дану інформацію, вона краще зберігається при переходах від джерела до отримувача.

Але чим більшою є масовість її поширення, тим більше здійснюється варіантів перекручень і змісту, і форми інформації.

В епоху інтернету це складає нові проблеми – а отже, і надає великі можливості. Їх треба вивчати, розуміти і ними слід користатися.

Але як цим може скористатися штучний інтелект, якщо у його алгоритмах не діє закон Гумбольдта-Потєбні? Машина передає машині непокручену інформацію.

Ми бачимо, що нова реальність породжує і величезні небезпеки, загострює старі, їх слід бачити і які треба нейтралізувати в разі потреби. Вже усвідомленими є явища фейків та постправди. Ще як неявні виникають явища квантовості масового спілкування й управління ним, про які теж уже йдеться у цитованій нами вище науковій літературі.

Чим більше масовим стає обмін інформацією, тим ці процеси стають виразнішими і складнішими. Адже при кожному переході від людини до людини інформація неunikнено перекручується: тут ми знову нагадаємо, що “почуте ніколи не дорівнює промовленому”.

Змінюється щоразу на переходах також і інтерпретація, і емоційна складова масової комунікації. Вони також щоразу на тих же переходах зазнають змін: те саме послання одних радує, других засмучує.

Це впливає на інформацію, і чим далі, тим більше. Вона і сама починає руйнуватися, її починають дедалі більше перекручувати – аж до зникнення її як такої і заміни її фактично на фейк.

Викладені нами ідеї, звичайно, не вичерпують усіх компонентів нової теорії, яку необхідно створити, та ще й швидко - в умовах наростання конкуренції зі штучним інтелектом. Проте, сподіваємося, вони окреслюють головне, чого, на нашу думку, потрібно досягти і якими шляхами йти, щоб подолати драматичну прогалину, що виникла у науковому житті.

Вище ми писали, що вже у внутрішньоособистісному і міжособистісному спілкуванні інформація змінюється і оновлюється через механізми надходження нової інформації та вимушеної аперцепції, тобто використання “старої інформації”, взятої з пам'яті як основи для оновлення. Це допомагає долати індивідуальні сумніви. Виникає передумова для початку пошуку інформації ззовні, виходу з індивідуальної душі у простори масової комунікації і входу іззовні з цього простору до неї.

Інформація в “стаціонарному стані” має певні якості, і щоразу під час “переходів”, у процесах спілкування, вони можуть, або, скоріше, повинні змінюватися внаслідок інтерпретацій кожним учасником обміну.

Але інформація не існує в “стаціонарному стані”, вона завжди має бути новою, “свіжою” і завжди співдіє з іншою інформацією у потоці вражень і новин, які надходять щомиті. Словосполучення “стара інформація” – це оксюморон.

Під час спілкування, а особливо масового, воно не може зупинити свою змінюваність. Ці зміни також повинні стати предметом створюваної теорії, і це підводить її як теорії впритул до вже наявної теорії масової інтерпретації, до якої вона має передати свої наукові здобутки для подальшого осмислення.

По-перше, тому що ці зміни змістів і їх оцінок дійсно існують, і по каналах масової інформації насправді рухається не інформація, а саме її послідовні інтерпретації. А все, що існує, може і повинно бути предметом наукового дослідження.

По-друге, їх потрібно навчитися використовувати для сприяння соціальному прогресу, чому наука про взаємодію з масовою свідомістю просто повинна служити.

Отже, нами має бути задоволена потреба у дослідженні процесів з інформацією в її масовому розумінні-інтерпретації та масових емоціях в процесах масового спілкування.

Ще одне суттєве зауваження: теорію масової інформації, або ТМІ, на нашу думку, можливо створювати, лише (і саме) у її тісній співпраці з теорією масового розуміння й інтерпретації. Тобто слід розділяти теорії, але в їхній системі не слід розділяти процеси появи інформації з хаосу як невідомого та її перетворення, інтерпретування кожним для себе у будь-якій групі або масі.

Так само має бути і зі звуженою до свого власного предмета теорією масової комунікації, і з усіма теоріями створюваної нами тут системи теорій на місці існуючої теорії масової комунікації.

Теорія масового розуміння (герменевтика масової комунікації) була створена у 2000-2010 роках в Інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка в Києві.

У цій теорії досліджуються явища, що починаються з стану відсутності інформації (з хаосу), тривають як її рух від першорозуміння крізь “герменевтичну мембрану”, як подолання стану її відсутності і появи стану її присутності та початку її розуміння й інтерпретації. Ці процеси є неунікненними, саме тому герменевтика визнається частиною філософії.

Поява інформації із хаосу як стану її відсутності і є актом розуміння. З нього починається (і без нього не є можливим) увесь наступний процес створення-поширення-отримання-використання послання на основі цієї інформації.

Далі настають етапи перетворення його на масове розуміння як перехід до спільного обдумування у спілкуванні щодо його природи.

А далі йдуть етапи зміни інформації під час її передавання від особи до особи - за законом Гумбольдта-Потебні, згідно з яким почуте ніколи не дорівнює промовленому.

Це етап масової інтерпретації: тут медійники показують або підказують масам, як їм оцінювати надану їм інформацію.

Оскільки ця теорія вже існує і отримала визнання, ми не будемо тут детально зосереджуватися на ній.

Перейдемо до третьої теорії як необхідного компонента створюваної структури.

Теорія масових емоцій - це той самий відсутній компонент, без якого неможливо скласти цілісну структуру оновлюваної теорії.

Отже, третьою у теорії створення послання є теорія масових емоцій.

Досі ми вже заклали послідовність теорій, що досліджують і прояснюють процеси появи інформації, її передавання, її перетворення при передаванні у процесах щоразу нового розуміння й інтерпретації.

Тобто у двох попередніх теоріях має бути з'ясовано, що й як буде подаватися до каналів масової комунікації як інформація і її інтерпретація (пояснення, коментування, аналітика тощо).

Але цим не вичерпується міжлюдська комунікація.

До тих самих каналів також передаються і масові емоції – потужний елемент впливу на масову свідомість. За твердженнями великих засновників соціальної психології Г. Тарда, Г. Лебона, С. Московічі – навіть і головний, найбільш потужний її елемент.

Без нього нова надтеорія не може бути збудована як задовільно завершена.

Нині київська дослідниця А.В. Демуцька (до 2021 р. А.В. Белецька) вивчає сферу масової комунікації як простір функціонування масових емоцій

Якщо ця робота продовжиться та буде успішно завершена виданням монографії та захистом докторської дисертації авторки, до цих двох теорій додасться завершена третя, не менш фундаментальна, рівна першим. Поки що вона у стадії завершення.¹⁵⁴

Поява подібних глибоких наукових праць викликає зазвичай початок серйозної дискусії - і це обіцяє нам стрімкий розвиток такої теорії шляхом її обговорення у широких наукових кругах.

Ведуться і дослідницькі роботи на вузчій темі масових емоцій - і хоч їх ведуть психологи, вони становлять інтерес і для нашого дослідження.

¹⁵⁴ Белецька А.В. (2020), «Аксіоми як основні тези дослідження масових емоцій у соціальних комунікаціях», Наукові записки Інституту журналістики, вип. 76, с. 25-40.

Українські вчені С. Дерев'янка та її колеги з Національного університету “Острозька академія” зосередилися у останні роки на можливостях та особливостях емоційного наповнення штучного інтелекту.

Автори пишуть: “На початку ХХІ ст. створено емоційні комп’ютерні системи (або емоційний ШІ) – прилади, які можуть розпізнавати, інтерпретувати, обробляти та моделювати емоції людини”.¹⁵⁵ І хоч у їхніх працях нічого не йдеться про масову комунікацію - в цілому така постановка наукової задачі здається дуже цікавою для медійників.

Класична теорія масової комунікації – четверта після них.

І це не за її невеликою важливістю.

Це місце лиш відображає послідовність окремих етапів масовокомунікаційної діяльності: здобути інформацію, омасовити її, дати їй інтерпретацію для маси та наситити емоціями - а вже потім передавати готове послання по каналах масової комунікації “в люди”.

Це - теорія передавання вже засвоєної кимось, вже наявної інформації на масову аудиторію. Її ключове слово – “передавання”, або “поширення”. Вона якнайтісніше пов’язана з теорією масової інформації, оскільки забезпечує поширення саме її у маси.

Так само тісно пов’язана вона і з теорією масового розуміння: внаслідок дії закону Гумбольдта-Потєбні щоразу при передаванні інформація пошкоджується саме через механізми інтерпретації кожним. Це відбувається щоразу неповторно - внаслідок принципової неповторності кожної особистості як учасника комунікаційного процесу за віком і життєвим досвідом, за типом характеру, за статтю, за рівнем освіти, за соціальним та майновим станами тощо. До цього треба додати принципову неповторність обставин, за яких особа робить висновки, і це перетворює дослідження процесів масової верифікації на щось недосяжне. Але робити це треба.

Всі чотири їх є рівними за значенням для вивчення природи і загальних законів управління масовою свідомістю і масовою поведінкою.

Але ними не вичерпується кількість наріжних каменів створення. Всього їх, на нашу думку, має бути мінімум п’ять. Створене і передане послання має бути засвоєне “так, як нам треба”.

¹⁵⁵ Дерев'янка С. П., Примак Ю. В., Ющенко І. М. Штучний інтелект та емоційний штучний інтелект як феномени сучасної когнітивної психології. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, червень 2020. № 11. С. 115–119.

Прикінцевою ланкою нової системи теорій має стати ще не створена теорія масової верифікації.

Вона виходить за межі класичної теорії масової комунікації, але не може не бути створена - медійники не можуть не цікавитися результатами своєї діяльності.

Теорія масової верифікації йде слідом за теорією масової комунікації. Масова верифікація - це засвоєння масами вже здобутого розуміння, що стає масовим знанням як керівництвом до дії, до аплікації теоретичних знань до практичної діяльності.

Вочевидь, у цій теорії масової верифікації результується усе, що ми взнали про масову інформацію, інтерпретацію, емоційність, комунікування. Але не як такі самі по собі, а вже і остаточно у прикінцевому відношенні до них людини і маси людей.

Суть теорії масової верифікації не у слові “інформація”, а у словах “оцінка її мною, нами”. Саме у цьому акті і відбувається остаточно розуміння або нерозуміння. Воно і є як процесом остаточно розуміння, так і процесами остаточної інтерпретації, аперцепції, власне - верифікації усією масовою аудиторією.

Такої теорії у нас нема, але є і розуміння її важливості, і діяльність по її забезпеченню, і - вже - визнання того, що штучний інтелект здатен забезпечити тут вищий рівень переконливості, аніж звичайні медійники.

Де саме тут буде місце штучного інтелекту - поки що незрозуміло. Чому саме його навчать - там і буде його місце. Але якщо він навчиться вчитися сам - тоді він сам і буде визначати, як забезпечувати “правильну” верифікацію людьми потрібних йому, їм же і створених, послань.

Цим, на нашу думку, науковий простір осмислення нових проблем управління громадською думкою і масовою свідомістю закінчується.

За ним починається простір теорії масової дії. Вона настає після остаточної верифікації масовою аудиторією отриманого, осмисленого, пропущеного через кожне серце послання. Великої кількості послань щоденно. Текстів, занурених у життя в усьому його різноманітті.

Так, починаючи від процесів появи інформації з хаосу та її омасовлення, через етапи масового першорозуміння й подальшої інтерпретації, під потужними впливами масових емоцій, уся справа обміну переходить до мас по каналах масової комунікації і вертається назад по них же, а далі проходить через свою остаточну фазу – масової верифікації, визнання масами людей (а тобто кожним з маси) “цього” послання, цих послань.

Необхідність у створенні ще однієї, вже п'ятої теорії, якої досі не існує у цілісному вигляді, полягає у тому, що всі попередні чотири теорії йдуть до певної масовокомунікаційної мети. Вона має осмислити науково цю мету і шляхи до неї.

Мета ця - створення філософії впливу на масову свідомість і відтак на соціальну поведінку великих мас людей.

Або не впливу, а взаємодії.

На кожному з вже описаних етапів, ця мета набуває нових рис. Діям медійників додаються нові можливості - і ось послання вже дістало своєї цільової аудиторії, вже прочитано-почуто-побачено.

І яким, за самим великим рахунком, стає результат саме у масовій свідомості?

Це є не лише прикінцева, а й результуюча, а отже вирішальна ланка в усьому ланцюгу послідовних теорій, що ми намагаємося скласти у нову надтеорію.

Це також є не лише остання, і тому підсумкова, а й найскладніша для створення наукова дисципліна.

Саме у ній мають прийняти явні й зрозумілі форми, в максимально можливих масштабах, результати всієї масмедійної діяльності. Вона має поставити свого роду “оцінки” зусиллям на всіх її попередніх етапах і, відповідно, її теорія має підбити підсумки і завершити всі алгоритми попередніх п’ятьох наукових дисциплін.

Така складність набуває особливо загостреної міри через одну особливість масового спілкування, яка випливає з корінної особливості масової свідомості - її швидкоплинності.

Те, що сьогодні було переконанням для великих мас людей, завтра може стати всім зрозумілою помилкою.

Ті, хто пережив розпад СРСР після десятиліть “єдності радянського народу навколо рідної партії”, краще це зрозуміють.

Водночас вона є і надзвичайно твердою, не піддається ніяким впливам протягом тисячоліть. Про це свідчать історії світових релігій, кожному з яких ми можемо розглядати як досконалі механізми управління масовою свідомістю.

Таке текуче, непевне, непередбачуване соціальне явище важко піддавати науковому дослідженню. Але ми не можемо цього не робити, оскільки саме у цьому і є прикінцевий результат усієї масмедійної діяльності та науки щодо неї.

Крім того, і сама наука теж має бути верифікована, і це є завданням надзвичайної наукової складності. Згадати К. Поппера:

“...Я не вимагаю від науки остаточної достовірності і не вважаю за можливе її досягти...”.¹⁵⁶

¹⁵⁶ Поппер К. Логика научного исследования URL : <https://baguzin.ru/wp/karl-popper-logika-nauchnogo-issledov/>

Інформація, взята в зупинену мить, в “нерухомому стані” має певні якості, параметри. Щоразу під час “переходів”, у процесах комунікації, вони можуть або мають змінюватися.

Але інформація не існує у “нерухомому стані”. Вона завжди є в рухові в масових комунікаціях, адже комунікація - це обмін.

Вона, крім того, завжди має бути новою, “свіжою”, адже словосполучення “стара інформація” є оксюмороном.

Саме так, під час комунікації, а особливо масової, вона не може не змінюватися. Ці зміни також мають стати предметом нової теорії - з двох головних причин.

По-перше тому, що вони існують. А вище ми вже писали: все, що існує, може і має бути предметом наукового дослідження.

По-друге, управління її рухами слід навчитися користатися у справі сприяння соціальному прогресові, чому і мусять служити науки про масове спілкування та про управління масовою свідомістю.

Але тут виникає необхідність зайнятися дослідженням процесів, які відбуваються з інформацією в умовах її масового розуміння-інтерпретації-поширення-засвоєння у процесах за участі штучного інтелекту.

І це теж має стати предметом надтеорії, якщо буде вирішено розпочати її створювати.

Отже, ми бачимо тут результати того, що було розпочато як витоки, початки усіх п'яти складових осучасненої медіатеорії за системою 3+1+1.

Як їхній початок і основа є теорія створення послання, складена з трьох теорій, (3+). Це, нагадаємо, теорія масової інформації, теорія масової інтерпретації та теорія масових емоцій.

У її складі досліджуються процеси появи і омасовлення суспільно значимої інформації, процеси розуміння і аперцепції (перерозуміння), тобто інтерпретації, та забезпечення потрібних нам реакцій у масових емоціях.

На розвиток “3+” стає теорія масової комунікації (+1), вже цілковито готова і теж призначена для осучаснення.

Далі виявляється необхідною теорія масової верифікації (+1).

Наголосимо: так чи інакше усі ці складові вже присутні, тою чи іншою мірою, у тому науковому просторі, який донині називається теорією масової комунікації - а ми пропонуємо в нових умовах дати їй назву теорії масового спілкування.

Вони разом мають стати справді фундаментальною і по-новому структурованою науковою дисципліною, якій ще треба затвердити її назву.

Дві створені над ними надтеорії будуть покликані піднятися до найвищих абстракцій, Можливо, вони матимуть назви:

- “теорія управління масовою аудиторією”, якщо ми зосередимо увагу саме на процесах суб’єкт-об’єктного формату;

- “теорія взаємодії з масовою аудиторією” – якщо йтиметься переважно про цілі та результати діяльності формату суб’єкт-суб’єктного.

Але звернімо увагу на те, що поняття аудиторії є поняттям, що стосується форми. На доказ - згадаємо, що воно має кількісні параметри.

А якщо зосередитися на тому, що міститься всередині масової аудиторії - тоді слід обрати інші терміни:

- теорія управління масовою свідомістю;

- теорія взаємодії з масовою свідомістю.

Так над попередніми двома з їхньою відданістю формальним поняттям може бути створена ще одна, найзагальніша теорія, свого роду надтеорія.

Фактично, як вже було сказано, саме вона і буде “філософією масового спілкування”, оскільки термін “масова комунікація” вже, на нашу думку, безнадійно застарів ще за часів розвинутого інтернету.

Маємо повернутися тут до дискусії стосовно понять “спілкування” та “комунікація”. Вони не є не тотожними - особливо в нові часи. Вони не синоніми - в нових умовах. Перше є ширшим - і ширшим саме у дискурсі пост-інтернетівської пори, так було вже перед появою повноцінного глибокого генеративного штучного інтелекту. Комунікацію, і масову, він освоїть легко, він вже це робить. А от зі спілкуванням, у тому числі масовим, у нього напевно будуть труднощі.

З його утвердженням саме як повноцінного суб’єкта масового спілкування доведеться переглядати запропоновану тут Велику піраміду теорій, виходячи з цілковито нових реалій масмедіа нової епохи.

Таким чином, уточнимо, ці вже заявлені до створення спеціальні теорії: масової інформації, масового розуміння й інтерпретації, теорії масових емоцій, масової комунікації і, врешті, теорії масової верифікації – матимуть над собою вищу, цільну, єдину, сильну своїми фундаментальними складовими узагальнюючу теорію.

І можна передбачити, що ці п’ять теорій, або Мала піраміда, і навіть чотири (2+2) щойно запропоновані вищі “теорії”, які вивершують Велику піраміду, мають стати частками, складовими чогось ще більш загального. Разом з квантовою фізикою, філософією, загальною філологією тощо.

III ще не підвів нас до постановки такої задачі, але вже можна передбачити реальність її появи як реакції світової науки на надмірне його посилення.

Осучаснення класичної теорії масової комунікації має завершитися створенням надтеорії – теорії, якої назву ще треба уточнювати і затверджувати.

Це не може бути, скажімо, загальна теорія управління масовою свідомістю, хоч і шкода, бо управління масовою свідомістю є одним з дієвих механізмів забезпечення дієвості масмедіа. Так, масова емоція, масова верифікація - речі дуже близькі до компонентів саме масовій свідомості.

Однак, по-перше, термін “свідомість” не з нашої наукової дисципліни, з соціальної психології.

По-друге, масовою свідомістю, через її стихійність і притаманну їй хаотичність, з її неупорядкованістю і не завжди зрозумілою логічністю, - не можна довго управляти по каналах масмедіа. Це було би щось подібне до спроб управління польотами зграй птахів.

Певна річ, до якогось моменту це може давати результати, тому і управління масовою свідомістю може існувати, хоч вона і буде небезпечно близька до досліджень у справах керування пропагандою, тобто вишуканим і правдоподібним облудним впливом на масову свідомість.

Однак, в принципі, можна було б поставити на порядок денний і питання про включення масової свідомості як предмету наукового дослідження медіасфери.

Тоді, можливо, такій теорії було би місце не в останній, а в першій ланці наших теорій - перед теорією масової інформації, перед початком створення усієї системи осучасненої великої теорії. Це було б логічно, тому що висновки такої наукової дисципліни давали би підстави для відбору інформації для її подальшого омасовлення, і для усієї наступної послідовності теорій.

Ця велика система могла би називатися теорією взаємодії з масовою свідомістю. Така назва була би ближче до суті того, що ми маємо робити у наших професіях.

Однак тепер це вимагатиме великих зусиль. За умов, коли поряд з нами виник штучний інтелект, постає питання: теорія взаємодії “кого саме” з масовою свідомістю - нас чи ШІ? Якщо ми ще разом, як зараз - це одне. А якщо ми вже будемо окремо?

Відповідь на нього ще не визріла, але таке запитання вже час ставити.

2.3. Суспільствознавчі виклики створення оновленої теорії

Масмедіа є не лише явищем суспільного життя, оскільки у них є компонент “мас-”. Вони не є лише наслідком суспільного життя, мовляв, “що відбулося, про те і пишемо”.

Вони є потужним суспільствоутворюючим чинником.

Ця істина не є новою, вона добре висвітлена у численних і солідних наукових працях.

Спробуємо поглибити цю думку до потрібних нам і досяжних нині глибин, актуальних за нових умов.

Без масового спілкування людина не вивільнилася б із тваринного світу: саме розвинутий мозок у його долях спілкування і відрізняє неандертальців від кроманьонців як “ще-не-людей” від “вже-людей”. Саме це дало нам підстави розширити ствердження філософів про те, що людину створила праця, до наступного: “...а людство створила комунікація”.

Ми повторюємо тут цю нашу думку саме з причини її надзвичайної важливості для розуміння нового етапу розвитку медіа, суспільства і людства.

Ця важливість впливає з продовження цієї думки у такий спосіб:

“Людину створила праця, а людство створила масова комунікація. А от що створить з людством і масмедіа штучний інтелект у його повному розвитку, посилений потужностями квантових комп’ютерів?”.

Таке фундаментальне значення масової комунікації у змінах, що швидко нарастають, зумовлене, на нашу думку, кількома ідеями.

По-перше, предметом масової комунікації виступає все, що є в інших галузях знань. Всеїдність ЗМІ дійсно не знає меж, як дзеркало не знає обмежень щодо предмета відтворення.

Те, що спеціалісти з масової комунікації не переймаються проблемами фізики, нічого не означає для нашої теорії - адже та сама фізика не переймається проблемами, скажімо, хімії, хоч без її участі фізичні процеси не відбуваються. Так з’являються суміжні науки: фізична хімія, хімічна фізика, астробіологія.

Однак медіа про фізику пишуть, а тепер і дуже часто, і навіть про квантову.

Кожна наука має власний предмет, а нашим предметом є спілкування з будь-якого приводу і на будь-які теми: і з приводу фізики, і хімії, і космосу, і шахт, заводів, садів, медицини і будь-чого ще. У цьому полягає і наша універсальність, і наша фундаментальність відносно інших наук.

А отже, втручаючись у світ масмедіа, а через нього у масову свідомість, штучний інтелект отримує можливість втручатися у все. І, вочевидь, керувати всім через вплив на масову свідомість людей.

По-друге, так само безмежною і всеїдною є аудиторія масмедіа, особливо якщо мати на увазі ті фантастичні можливості задоволення цього попиту, які нині мають глобальне телебачення та глобальні комп’ютерні мережі.

Після настання епохи ГШІ, вищого від людства за інтелектом, тут стануться різючі зміни.

З розвитком ШІ вже нині стають дедалі помітнішими новітні протиріччя. Вони стають також дедалі більш впливовими і навіть дедалі небезпечнішими.

Набір таких протиріч є вже таким великим, що зачіпає буквально усі боки суспільного і навіть приватного життя. Про них ми писали детально вище за текстом.

Тепер для нас актуальним тут є протиріччя, яке виникає у сфері науки, а саме науки про масову комунікацію.

Вступ людства в еру штучного інтелекту приніс із собою зміни всесвітньо-історичного значення. Вони схожі на зміни, які пережило людство в середині XV ст. і пізніше, у кінці XIX та в середині XX століть. Тоді на зміну рукописному способу запису та поширення знань прийшло друкарство, а згодом масове телебачення.

Кожна з них мала як величезні позитивні, так і не менш величезні негативні наслідки. Про них у нашій науці не повідомляється, але ми тут це зробимо задля того, щоб показати, як революційні оновлення багато чого додають до людських можливостей, але багато чого руйнують.

До появи перших друкарень на межі 1455-1460-х років у Європі було кілька тисяч біблій, всі були рукописними. По суті, у кожній церкві була своя окрема Біблія з єдиним текстом, ухваленим і визнаним найвищими церковниками. Кожен кюре, ксьондз під час служби відкривав Священну Книгу читав текст і пояснював вірянам спущену йому згори, від верховного ієрарха, версію того, що в ній написано. Віряни вірили - аякже, Святе Письмо, Свята Церква. Джерело інформації було єдине. Але більше того: джерело інтерпретації написаного теж було єдине. Жорстка церковна ієрархія не давала змоги відхилятися ані на йоту від того, що було передано до кожного храму із єдиного центру.

До кінця XV століття з друкарень вийшли мільйони Біблій. Відтепер це джерело інформації з'явилося у кожній оселі. Кожен став її інтерпретувати у свій власний спосіб, виходячи лише з власних інтересів.

І сталася катастрофа як для старого устрою управління масовою свідомістю, так і для усього суспільства.

Віряни почали вільно думати та заперечувати священикам. Спочатку думками, потім пошепки, а потім вже і вголос.

Почалася Реформація, церковний розкол.

Мартін Лютер визнав:

“Без механізованого друкування Реформація XVI сторіччя була б мертвою”.¹⁵⁷

Розгорілися релігійні війни, під час яких у Франції та Німеччині було вбито сотні тисяч католиків і протестантів, християн з обох боків.

Можемо згадати, що й винайдення письма, за всіх позитивних наслідків цього всесвітньо-історичного дійства, мало негативні наслідки. Так, у “темний” (передписьмовий) період у Древній Елладі в аристократичних родинах юнаки хизувалися перед старшими і ровесниками тим, що знали напам’ять “Іліаду” та “Одіссею” Гомера і декламували її, сторінка за сторінкою, перед гостями.

З винайденням письма ця традиція перервалася, на жаль.

Винайдення електронних носіїв інформації, тобто радіо, ТБ та інтернету, призвели до поступового занепаду друковані газети і книжки.

Сучасні революційні зміни мають більш глибокий характер і тому матимуть більш відчутні наслідки.

Це не просто зміна старих технологій чи поява технологій нових.

Генеративний штучний інтелект починає подекуди заміщувати, і вже навіть змінювати людський інтелект. Люди втрачають навички тієї роботи, яку віддають машині.

ШІ вже приносить нам великі вигоди.

Але чим за них доведеться платити на цьому звиві історії?

У чому тут, власне кажучи, річ, якою є проблема?

Інструмент (комп’ютерна програма) починає брати на себе функції суб’єкта (людини). Якщо вдатися до метафори, то гусяче перо саме починає вмакатися у каламар і писати на аркуші пергаменту вірші, романи або богословські трактати. Змінні літери самі починають вискакувати з кас і складатися у слова і речення, і друкарські верстати самі усе це друкують великими накладками. Нам лишається усе це просто читати...

Людина починає втрачати свою суб’єктність, поволі переносить її на “розумну” машину. Технологія дедалі більше пізнає світ не через своїх творців, а самостійно, і доповідає людині, що вона отримала нові знання. Вище ми навели приклад про створення китайськими вченими робота, який передає ШІ власні тактильні відчуття. ШІ-водії в автомобілях добре бачать дорогу і оцінюють ситуацію, приймають рішення, куди крутити кермо. ШІ сам впізнає музику, яку йому наспівують, і знаходить її в своїй пам’яті. Він навіть пише нову музику.

¹⁵⁷ Гутенберг. Як він збагатив світ! URL : <https://wol.jw.org/uk/wol/d/r15/lp-k/101998806>

Від цього недалеко до створення універсального сенсорного комплексу з усіма п'ятьма людськими органами чуття, які, напевно, будуть перевершувати наші можливості і за чутливістю, і за швидкістю обробки нової інформації.

Це створює великі проблеми в науці. Одна з них звучить так: старші за віком науковці, які сьогодні є керівниками наукових шкіл, носіями глибоких, фундаментальних знань, не встигають за стрімким розвитком технологій ІІІ.

Водночас молоді науковці дуже успішно освоюють новітні технології. Але їм бракує фундаментальних знань у своїх наукових дисциплінах.

Цей розрив загрожує безперервності наукової діяльності, відриву нового знання від наукового фундаменту.

Це вже відчувається в наукових журналах і під час наукових конференцій.

Покоління вчених перестають розуміти одне одного. Молодь починає зневажати авторитет старших колег і їхні знання. Про це дедалі частіше і відвертіше пише світова преса.¹⁵⁸

Переривається зв'язок часів, розпадається спадковість наукових професій, а це загрожує швидким їх припиненням. Немоżliво творити сучасну людську науку “від нуля”, ніби нічого до цього і не було протягом тисячоліть. Тим більше, що ІІІ вбирає до своєї пам'яті цей загальний досвід помилок та відкриттів, який ми самі вклали до його “пам'яті”.

Ці проблеми є, вони реальні, їх не можна не бачити.

І отже, вони мають бути ретельно досліджені шляхом тривалого, глибокого, системного наукового аналізу.

Необхідно створити науковий колектив однодумців, який би взявся за осягнення останніх явищ науки. Треба проводити глибокі дослідження серед науковців різних поколінь. Необхідно вести постійний, глибокий за проблематикою і водночас широкий у охопленні простору, і українському, і європейському, і навіть у світовому, аналіз результатів досліджень із детальним їх обговоренням колегами у науковому середовищі різних країн.

На цих підставах мають бути розроблені практичні рекомендації, і їх треба не просто виголосити - вони мають стати основою для подальшого розвитку світової науки за цілковито нових умов.

¹⁵⁸ Academic integrity and AI – Universities in a dilemma. URL : <https://www.zawya.com/en/opinion/business-insights/academic-integrity-and-ai-universities-in-a-dilemma-omdxxcse> Enrollment algorithms are contributing to the crises of higher education. URL : <https://www.brookings.edu/articles/enrollment-algorithms-are-contributing-to-the-crises-of-higher-education/> Will AI destroy the graduate job market? URL : <https://graduatecoach.co.uk/blog/will-ai-destroy-the-graduate-job-market/#:~:text=This%20is%20a%20concern%20for,roles%20with%20little%20workplace%20experience.>

Певна річ, це стосується і нашої галузі науки. Це треба починати робити і у наших вишах, інститутах, на факультетах, на кафедрах.

Особлива, важлива користь подібного проекту полягає в тому, що він принесе розуміння та реальні знання щодо досі невідомої та не дуже зрозумілої небезпеки.

Це небезпека порушення досі безперервної традиції наукового успадкування.

Швидкий розвиток штучного інтелекту створює прогалину в науці. Це дедалі ширша прірва між старшим і молодшим поколінням. Це не просто, як ми щойно написали, відстань між тими, хто має глибокі, фундаментальні знання, але не вміє співпрацювати з ШІ – і тими, хто не має такого рівня знань і їх не потребує, оскільки і без них успішний у своїй науковій кар'єрі завдяки здатності співпрацювати з ШІ.

Це прірва між світобаченнями. Тому вона є такою небезпечною. Якщо фундаментальні знання перейдуть до ШІ і будуть нами втрачені у новому поколінні вчених - станеться непоправне.

За таких небезпечних умов наука може нашкодити сама собі або навіть втратити своє глибоке коріння протягом століть і навіть тисячоліть.

Успішна реалізація запропонованого нами проекту допоможе зрозуміти цю небезпеку та визначити шляхи запобігання їй.

На яке головне дослідницьке запитання шукатиме відповідь подібний проєкт?

Чи є реальне і небезпечне протиріччя між вченими, що є успішними на рівнях фундаментальної, класичної науки, з одного боку, і молодими вченими, з іншого боку, які спритно співпрацюють з ШІ, але не досягли глибоких знань і, мабуть, не розуміють їх цінності і не хочуть їх отримувати, “захаращувати” собі мізки застарілими дурницями, адже і без цього добре йде вгору їхня кар'єра?

Яким чином наука може подолати це протиріччя?

Це має визначити сама наукова спільнота.

Далі ставимо ще більш провокативне запитання: а чи взагалі потрібна класична наука в нову еру ШІ? Можливо, цілковито новий світ буде потребувати і цілковито нової науки?

Потенціал досконалості в дослідженнях ШІ буде незрівнянно вищим, ніж у науковців-людей. Це ми вже бачимо по тому, що робот зі штучним інтелектом швидко знайшов рішення, як видобувати кисень на Марсі із марсіанських мінералів. Він витратив на це певний час, а у людей пішло б 2000 років.¹⁵⁹

¹⁵⁹ Колонизация Марса стала более реальной. Ученые нашли способ, как "добывать" кислород на Красной планете. URL : <https://www.rbc.ua/ukr/stylar/colonizatsiya-marsu-stala-realnishoyu-vcheni-1699963032.html>

У цьому ми бачимо, поряд з конфліктом між поколіннями вчених, і на його розвиток, вже наявний інший конфлікт, ще більш небезпечний: між молодими вченими і штучним інтелектом.

Він впливає із неоднорідності самих верств молодих вчених. Велика їх маса (за законом Парето, можна думати, це 80 відсотків) не дуже глибоко вникають у сутність тих тектонічних зрушень, які зараз розгортаються. Чим глибше частина талановитішої молоді сягає знань про ШІ та квантові комп'ютери, тим кількісно меншою стає їх група. Врешті на тому рівні, де приймаються остаточні рішення, лишаються сотні, а можливо і лише десятки таких молодих талантів. Доказом цього є конфлікт у OpenAI щодо звільнення, а потім відновлення Сема Альтмана¹⁶⁰ - вочевидь молодого людини.

Отже, вчені усіх поколінь і напрямів науки мали б об'єднатися і створити проєкт для самовиживання, разом знайти відповідь на цілком драматичне запитання: як нам всім бути разом за таких умов.

Там має звучати і наш голос, вчених-медійників. І він має звучати голосно і переконливо.

Можливо, ми могли б стати і піонерами такого руху?

Хто як не ми вміє об'єднувати навколо окремих ідей великі групи у масовій свідомості.

У чому подібний проєкт міг би бути оригінальним та інноваційним?

Проєкт є саме таким вже за постановкою задачі. Огляд літератури за останній рік, як у загальних засобах масової інформації, так і в наукових публікаціях, показує спорадичні статті про суперечки, викликані новинами про ШІ в галузі науки, але переважно в галузі освіти.

Ось зразок такої думки:

“Це справедливе запитання. Куди б я не подивився, я бачу ланцюжки обговорень, публікації в соціальних мережах та електронні листи від одержимих ШІ професіоналів вищої освіти. Більшість цих повідомлень зосереджено на ChatGPT, але деякі визнають, що є й інші інструменти. Ці “нові розробки” в області штучного інтелекту викликали негативну реакцію в освітньому секторі. Його описують як кризу, моральну паніку, “кінець домашніх завдань” і загрозу вищій освіті. Я думаю, що мій улюблений внесок цього року надійшов від The Mail, яка оголосила, що штучний інтелект може призвести до “вимирання людства”.

161

Якими могли б бути цілі такого проєкту?

¹⁶⁰ Див.: URL : <https://meduza.io/feature/2023/11/22/sem-altman-vernulsya-v-openai-zhurnalisty-schitayut-cto-za-ego-uvolneniem-stoyal-souchreditel-kompanii-uchenyy-ilya-sutskever>

¹⁶¹ Див. : URL : <https://life.pravda.com.ua/columns/2023/08/4/255650/>

На нашу думку, такими:

- по-перше, дослідити природу протиріч між старшим і молодшим поколіннями в епоху розгортання штучного інтелекту;
- визначити небезпеки та об'єднати зусилля у протидії їм стосовно конфліктів, що проявилися між вченими та ШІ;
- розпочати широке обговорення цих протиріч у науковому середовищі та разом визначити практичні рекомендації, започаткувати заходи, які допоможуть значно зменшити або повністю усунути наявні протиріччя.

За допомогою яких методів буде вирішуватися питання дослідження?

Це мають бути відомі науці методи дослідження, зокрема опитування та мережі Інтернет. Далі - методи аналізу отриманих результатів, відомі й новаторам, переважно метод спільного обговорення. А ще - прийняття оптимальних рішень на основі обговорення отриманих знань.

Оскільки проект повністю інноваційний, деякі методи повинні з'явитися або згадатися під час реалізації проекту

Яка додаткова цінність у розгляді наших дослідницьких питань з європейської транснаціональної точки зору?

Проблема має не лише європейське, а й світове значення. Збереження спадкоємності наукового знання у загальній пізнавально-перетворювальній діяльності людства є запорукою збереження загального розвитку суспільства навіть (і особливо!) в умовах появи та бурхливого розвитку генеративного штучного інтелекту.

Важливим тут є питання про вплив запропонованого дослідження за межі нашого академічного середовища.

Як потенційно змінюватимуться можливі дослідження - і в зовнішніх для нас академічних дисциплінах, і у відповідних їм зацікавлених сторонах їхньої діяльності та у спільнотах користувачів?

Реалізація проекту та отримання нових знань і навичок дозволить швидко зняти напругу у вищих навчальних закладах та наукових установах. Причини її ми щойно описали.

Це відобразиться як на якості вищої освіти, так і на рівнях результатів наукової діяльності загалом.

Випускники коледжів та університетів отримають не лише вміння співпрацювати з ШІ, а й глибокі, фундаментальні знання, які полегшать їхню співпрацю з ШІ в подальшій перспективі.

Взаємовідносини штучного інтелекту з найосвіченішими верствами сучасного суспільства будуть гармонізовані. Це позитивно позначиться на результатах наукової діяльності для сфер промисловості, соціального розвитку, культурного прогресу.

Яким саме чином проект залучатиме охочих до такого обміну знаннями та їх активного розповсюдження? Як можна буде створювати такі спільноти професійних користувачів і аудиторію з-поза меж академічних кіл?

Відповідь: спільними зусиллями.

Цей проект стосується абсолютно нових проблем, які виникли і загострилися буквально за останні роки. Їх вирішення вимагатиме об'єднання зусиль соціальних психологів, фахівців у галузі розвитку науки, інтернет-технологій, масової комунікації. До цього мають бути залучені провідні вчені природничих наук. Приклад тут подає фізик Р. Пенроуз, який багато міркує щодо квантовості і свідомості.

Оскільки штучний інтелект вже є активним учасником більшості соціальних процесів на землі, результати цього проекту з виявлення, розуміння та подальшого управління його використанням заради прогресу будуть корисні для більшості сфер людської діяльності.

Але як забезпечити впровадження та управління?

Це є дрібні деталі, на яких не варто зупинятися тут і зараз.

Як навички партнерів будуть доповнювати один одного?

Оскільки проблематика цього проекту є актуальною для всіх галузей медіанауки, до нього мають долучатися старші та молоді вчені з будь-яких навчальних чи наукових установ. Головною умовою їх приєднання до цієї співпраці є їхнє щире розуміння надзвичайної важливості цієї роботи для науки, а також для подальшої долі суспільства та людства в цілому.

Як різні за науковими інтересами партнери працюватимуть разом?

Їх, сподіваємося, триматимуть в одному колі величезні наукові перспективи, можливість відкривати незвідані наукові обрії, долучити своє ім'я до авторів прориву у напрямку, який буде гостро актуальним протягом десятиліть.

Повсякденну співпрацю слід вести виключно через інтернет-комунікації - можливо, за винятком кількох керівників проекту, які отримуватимуть доплату за цю роботу, вони спілкуватимуться щодня на робочому місці.

Які структури управління та координації пропонуються?

Вони мають скластися самі, у саморозвитку процесу, виходячи з тих людських ресурсів, які підключаються до проєкту з своїми ідеями, та з генеральної лінії, яка диктуватиме потреби щодо залучення нових і нових науковців.

“Мозок” проекту треба розмістити у єдиному центрі, який може бути розташований у Києві чи в одній із європейських столиць. Цей центр буде основною координаційною структурою проекту.

Крім того, в університетах і наукових установах, зацікавлених в участі в проекті, мають бути створені дослідницькі та аналітичні наукові спільноти, кола, регіональні центри на чолі з провідним місцевим науковцем, професором, призначеним адміністрацією, і це буде наукова частина його/її службових обов'язків.

Це має бути кропітка, складна, постійна і результативна робота.

Але вона має бути зроблена.

РОЗДІЛ III.

ПЕРЕХІД ВІД ДИСКУРСУ ЧЕРЕЗ МЕДІАДИСКУРС ДО ІНТЕРДИСКУРСУ

Вище за текстом ми розглядали події, явища і тенденції у їх, так би мовити, метафізичній нерухомості.

Головна проблема у створенні системи теорій, яку ми тут пропонуємо, полягає у тому, що тепер, у часи стрімких і глибоких перемін, метафізика як основний інструмент пізнання має передати пріоритет діалектиці.

(З великої кількості визначень і трактовок у філософії стосовно того, що таке метафізика, ми обираємо ту, яка протиставляє її діалектиці на ґрунті відношення їх обох до появи протиріч. Метафізика І. Канта, Г.В.Ф. Гегеля при їх появі припиняє мислення, діалектика саме тут його починає).

А нам нині треба зосередитися не так на станах, як на змінах.

Світ масових комунікацій змінюється так швидко, що виявлення і пояснення тільки тільки нового “стану” стає критично недостатнім.

Досліджувати стало необхідно у першу чергу зміни. Їхні причини, їхню природу, їхні інтенції, перебіг подій та результати.

Певна річ, перед цим мають бути досліджені самі стани на момент дослідження. Тим метафізика не усувається, тут лише переміщуються акценти.

Тому вирішально важливим стає формування і зміцнення у дослідників дискурсного мислення.

Воно неunikнено є діалектичним (оскільки має бути діалог, бесіда як “потік”). Адже дискурс досліджує речі у рухові. З багатьох визначень дискурсу ми будемо далі дотримуватися такого: “Дискурс є текст, занурений у життя” - а життя напевно являє собою нескінченний рух, хоча він і може, і навіть мусить за потреби бути розглянутий як переміна станів.

Тобто дискурсне мислення - це є вміння поєднувати в єдиному мисленнєвому процесі як потік життя, так і потік тексту стосовно нього.

Таке визначення має полегшити нам розуміння суті змін у частинах цього спільного, загального пізнання змін - і у житті, і у медіа, і в науці про медіа.

Питання ускладнюється тим, що ці потрібні процеси розгортатимуться у трьох часових вимірах як у окремих потоках.

Перший з них - це час, коли відбулася подія в житті. Там були свої обставини, учасники тощо, там був свій рух.

Другий - час, коли про цю подію сповістили медійники. Вочевидь, зображене журналістом чи рекламістом буде певною мірою, або й дуже, відрізнятися від того, що насправді відбулося.

Третій часовий вимір дискурсного мислення - коли медійне послання було прочитане, почуте або переглянуте кожним із цільової аудиторії. Не так всіма, як саме кожним з цільової аудиторії. Кожним у свій час і у своєму "поточі життя" - і на свій власний розсуд, як він зумів і схотів його зрозуміти.

Тобто науковець бачить щоразу перед собою три різних медіадискурси, три різних варіанти тексту, занурених у три різних потоки життя.

Але такий висновок поки що стосується лише однієї події, одного тексту та одного фрагменту життя у його плинності. Масмедіа - це безмежна кількість текстів, занурених у плин так само безмежного соціального життя.

А тепер до нього додається ще й новий учасник - штучний інтелект з його власними підставами для такої мисленнєвої роботи.

Ми бачимо, що новий підхід не вміщується у старе добре поняття дискурсу.

Саме тому ми робимо спробу його розширити до масштабів медіасвіту.

Саме тому таким необхідним є виховання дискурсного мислення і у медійників, і у дослідників медіа.

Це зрушення теж має додати новий вимір у справу осучаснення медіатеорії.

Можна навіть стверджувати, що наявність розвинутого дискурсного мислення є вирішальною обставиною у досягненні нашої кінцевої мети, а саме осучаснення розуміння-знання станів і процесів у сучасній медіасфері за умови зростання у ній ролі штучного інтелекту.

Отже, тепер ми, на розвиток ідеї дискурсного мислення, перейдемо до аналізу явищ медіадискурсу та інтердискурсу, цілковито нових як для теорії медіа.

Ми думаємо, що врахування дії одного послання, зануреного у життя у найширших медіавимірах цілого соціального простору, можна назвати медіадискурсом.

А дії всіх медіадискурсів за певного відтинку життя ми пропонуємо назвати інтердискурсом.

3.1. Застарілість сучасного розуміння дискурсу

Історія поняття “дискурс” в науці сягає витокami часів Платона та Аристотеля, включає в себе погляди Фоми Аквінського, далі до його поглиблення докладали зусиль Декарт, Лейбніц, Гоббс, Гегель.

Їхні доробки мають викликати щире повагу - але зведені разом, їхні погляди та цілі концепції викликають розгубленість: кожен трактує це поняття по-своєму. Так виникає необхідність сказати тут і своє слово, щоб внести ясність у подальші розвідки у нашій монографії.

Явище дискурсу в сучасній українській науці - і філології, і медіазнавстві - привертало особливо пильну увагу теоретиків з 2000-х років. Тоді подібні пошуки загострилися не тільки у зарубіжній, але й у вітчизняній науковій літературі.

Ми потрактуємо це поняття в такий спосіб.

Кожне слово має, як правило, кілька значень. Його значення уточнюється послідовно у словосполученнях, реченнях, абзацах, завершених текстах.

Текст слід розглядати в контексті того, коли він був написаний та коли прочитаний.

Але контекст ми розглядаємо як зупинену мить, подібно до фотографії. Будемо пам'ятати, що це три зупинені миті - мить контексту події, мить контексту автора та мить контексту читача-глядача.

Це так, і це можливо, і це правильно.

Але відображення в тексті й у контексті життя як потоку подій вимагає враховувати свою швидкоплинність.

У наші дні саме ці міркування мають стати основними і визначальними.

Тому текст нам найкраще розглядати саме у потоці життя.

Дискурс подібний до відео, на відміну від фото.

Природа дискурсу, його структури і системи, як і завдання і можливості й технології дискурс-аналізу були детально розроблені у доробках у минулі десятиліття і в цілому задовільно висвітлили поставлені у наукових текстах задачі.

Серед них треба назвати докторську дисертацію 2003 р. К.С. Серажим¹⁶² та монографію цієї ж авторки¹⁶³ а також у її численних наукових статтях \, з повним переліком яких можна ознайомитися у окремому виданні.¹⁶⁴

У них аналізу було піддано такі окремі аспекти теми, як комунікативно-функціональні теорії дискурсу, лексика та фразеологія політичного дискурсу, текст і дискурс модернізму, термін “дискурс” у сучасній лінгвістиці, полярні виміри українського публіцистичного дискурсу, дискурсивні семантичні моделі - та багато іншого.

Важливі риси явища дискурсу було проаналізовано в публікаціях інших авторів, здобутки були використані вже і в навчальній літературі . Прикладом є видання “Ліберальний дискурс масмедіа”, видана Академією української преси під керівництвом її президента, професора В.Ф. Іванова.¹⁶⁵

У ній було детально проаналізовано і пояснено для студентів рухомість масовокомунікаційних процесів, зокрема, між масмедіа, з одного боку, та державою, владою, політиками, бізнесом з другого - в умовах боротьби за свободу слова.

Слід назвати ще кілька яскравих публікацій з даної проблематики, у тому числі перекладів на українську мову.¹⁶⁶

Словом, від часів Тьона (Тімоті) ван Дейка та інших першовідкривачів сучасного потрактування дискурсу як “тексту, зануреного у життя”, медіатеоретикам багато чого вдалося поглиблено вивчити та з’ясувати .

Дана тема в дискурсі масмедіа стала цікавою навіть у Китайській Народній Республіці - попри всі особливості медіасфери цієї країни Як приклад, можемо назвати цікаву працю “Ідеологічний аналіз медіадискурсу”, автор якої Кимба Ван застосовує технології дискурс-аналізу щодо міжнародних стосунків навколо тогочасних внутрішніх подій в Іраку, Індії та Пакистані.¹⁶⁷

¹⁶² Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масово-інформаційного дискурсу): Автореф. дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 - журналістика / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К., 2003 - 32 с.

¹⁶³ Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [на матеріалах сучасної газетної публіцистики]: Монографія / Катерина Серажим / За ред. В. Різуна. - К: Київ, нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2002. - 392 с.

¹⁶⁴ Наукові читання Інституту журналістики. - Вип. 18. - 272 с.

¹⁶⁵ Ліберальний дискурс масмедіа: навчальний посібникН/ За загал. ред. В.Ф. Іванова. - К.: Академія Української Преси, 2011. - 168 с.

¹⁶⁶ Гудзь, Н. О. (2013) ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРС – НЕВІД’ЄМНА СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка (70). pp. 228-232, Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. — Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008. — 352 с.

¹⁶⁷ 媒体话语的意识形态分析 URL : <http://www.discourse-studies.com/upload/file/2015/2015/70.pdf>

Інший приклад з китайської науки - публікація “Значення в образах та ідеології в медіа: мультимодальна перспектива аналізу дискурсу”.¹⁶⁸

Ще одна показова публікація для розуміння того, наскільки глибоко китайські теоретики зуміли зануритися у світ дискурсу - публікація “Прагматичний дебатний дослідницький шлях аналізу критичного медіа-дискурсу”. У ній науковець взявся виявити приховану ідеологію, що стоїть за текстом, і дослідити справжній намір його автора через використання мови на поверхні тексту в редакційній статті в американській газеті “The Washington Post”.¹⁶⁹

Однак стосовно китайського трактування слова дискурс є певне застереження. Ієрогліфи 话语 перекладається як “дискурс”, але перший з них означає “слово”, а другий - “мова”, при цьому значення його лівого, верхнього і нижнього радикалів (складників) означає буквально “10 000 слів для людей”. Тобто для китайських колег дискурс означає слово у потоці мовлення, а не у потоці життя, як у нас. Власне, це і видно з процитованих тут їхніх текстів.

Ми бачимо, що зроблене в нашій науці в минулі десятиліття дозволило прояснити багато важливих проблем у актуальних умовах того часу.

Водночас це показало нам нові проблеми і відкрило нові обрії для подальшого пізнання-використання.

3.2. Нові реалії медіадискурсу у оновлюваній теорії медіа

У нові часи, у нових реаліях, наукова задача оновлення теорії дискурсу та її пристосування для потреб медіа постає як особлива і першорядна. Ми будемо розглядати її як частину інфраструктуру, тобто таку, яка має приймати всі інші теорії.

Це необхідно, тому що тепер, як ми показали вище, суть дослідження процесів не так у визначенні досягнутих станів, як у дослідженні змін від попереднього стану до наступного і, можливо, до тих, що настануть далі.

У цьому полягає причина нашої прискіпливої уваги до медіадискурсу, який зосереджений саме на “потоках”.

¹⁶⁸ 图像中的意义与媒体的意识形态：多模态语篇分析视角 《Журнал иностранных языков》 2013 № 2 | Тянь Хайлун Чжан Сянцзин Тяньцзиньский университет коммерции Тяньцзинь 300134 URL : <http://www.cqvip.com/qk/96945x/201302/45416124.html>

¹⁶⁹ 批判性媒体话语分析的语用论辩研究路径 URL : <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/13952/5263-19004-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Термін у науці не новий. Його досліджували Н. Арутюнова, Р. Барт, Т. Добросклонська, В. Карасик, Г. Солганик, Л. Шевченко.¹⁷⁰

Однак при читанні текстів про медіадискурс не можна позбутися враження, що їх писали не медійники, а філологи.

У класичній теорії масової комунікації термін “дискурс” присутній, але він не є предметом поглибленого дослідження, як, наприклад, “новина”.

Інтерпретація В. Шраммом моделі передачі Шеннона-Вівера (source-encoder-signal-decoder-destination, тобто джерело-кодування-сигнал-декодування-призначення) стала однією з двох найпоширеніших концептуальних парадигм, що керують дослідженнями дискурсу масової комунікації.

Іншою домінуючою парадигмою в цій галузі було поєднання теорії мотивації та навчання з психології. І тут Вілбур Шрамм зіграв ролі синтезатора та поширювача. У широко цитованій статті в *Journalism Quarterly* він так визначив “новини” для покоління журналістів-початківців:

“Я думаю, само собою зрозуміло, що людина вибирає новини в очікуванні винагороди”.¹⁷¹

В останні десятиліття термін “дискурс” став дуже популярний у філологічних дисциплінах, зокрема у політичній лінгвістиці, такій спорідненій з масовою комунікацією. Звідти увага до нього перейшла до наукових текстів нашої теорії.

Так відбулося і в європейській науці. Привертає увагу і додає доказів на користь ствердження про актуальність дослідження дискурсної тематики у працях теоретиків є книжка “Теорії комунікації і медіа. Коректність і доречність у комунікації”, видана Інститутом журналістики та масової комунікації Вроцлавського університету в Польщі.¹⁷²

Однак і тут пошуки дослідників не піднімаються вище за окремі проблеми, Ось приклад - стаття з цієї збірки Єжи Біневича “Образ гомосексуаліста в польському правому політичному дискурсі”.¹⁷³

¹⁷⁰ Див. : URL : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0-%D0%B4%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81>

¹⁷¹ Chaffee, Steven H., Ed.; And Others Contributions of Wilbur Schramm to Mass Communication Research, Journalism Monograph No. 36. Association for Education in Journalism. Oct 74 50p. URL : <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED099879.pdf>

¹⁷² Teorie Komunikacji i Mediów, t. 6: Poprawność i stosowność w komunikacji URL: https://dziennikarstwo.uni.wroc.pl/userfiles/files/nauka/open%20access/teorie%20komunikacji%20_T_VI_.pdf?v=1474379638

¹⁷³ Jerzy Biniewicz Obraz homoseksualisty w polskim prawicowym dyskursie politycznym. Pp/ 173-190/

Але тут є і робота, яка має привернути нашу увагу через те, що у ній піднято справді фундаментальну проблему, що прямо стосується нашого пошуку: “Дискурс кінця журналістики”.¹⁷⁴

Це збірка наукових статей. Більшість з них мають предметом вивчення невеличкі проблеми польських медій. Стаття Марека Пальчевського відрізняється серед них незвичною широтою і глибиною охоплення фундаментальних проблем. Одразу зазначимо, що ціла збірка вийшла друком у 2013 році. За минулі десять років відбулися величезні зміни у нашій сфері, як і в інших, до неї дотичних. Це, по-перше, показує, які саме фундаментальні зміни помітив автор, і по-друге, дає можливість побачити, наскільки його передбачення справдилися, а в чому життя їх випередило.

Тому тут потрібне широке цитування. Почнемо.

“Медіаексперти звертають увагу на технологічні, ментальні та ринкові зміни, знаменуючи кінець традиційної моделі журналістики, і водночас її поточні форми та функції. Ця стаття є спробою окреслити його дискурс та висновки про майбутнє журналістики.

Протягом багатьох років журналістика базувалася на кількох стовпах, зокрема на принципах правди, об’єктивності. Ці дві концепції вважалися *iunctim*, тому що правда не могла б існувати без об’єктивних методів її пошуку а принцип об’єктивності впливає з принципу істини.

. Однак наприкінці двадцятого століття, внаслідок попереднього бурхливого розвитку телебачення, таблоїдів та появи інтернету, цей принцип об’єктивності все більше ставився під сумнів і знецінювався. В результаті об’єктивність зникла з багатьох кодексів журналістської етики, навіть у США (у 1996 р. це поняття було вилучено з кодексу SPJ – Асоціації професійних журналістів Sigma Delta Chi), де воно до того вважалося “вищим божеством” журналістики”.¹⁷⁵

“Раніше, вказує автор, читач дотримувався думки, що новина є “точним відображенням правди”. <...> До журналістів, переважно новинних, ставилися як до безпристрасних постачальників фактів, а до публіцистів – як до контексту та пояснень. Сьогодні ці ролі розмиті.

Зараз є ознаки того, що об’єктивізм більше не відповідає потребам сучасної аудиторії, і навіть саме визначення аудиторії змінилося. Згідно з дослідженням Pew Research Center

¹⁷⁴ Palczewski Marek. Dyskurs końca dziennikarstwa. Pp.245-258.

¹⁷⁵ D.T.Z. Mindich, Just the Facts. How „Objectivity” Came to Define American Journalism, New York 1998.

for the People and Press, опублікованим у 2009 році, 63 відсотки американців вважають, що висвітлення репортерами є неточним”.¹⁷⁶

Тут доречно згадати численні вислови президента США Д. Трампа, який наприкінці свого президентства називав провідні медіа Америки брехливими, ангажованими. Перегляд тих самих медіа США у часи його президентства та після них показують, що всі вони, разом і довгий час, таврували самого президента своєї країни як надзвичайного “*liar*”, тобто брехуна.

“Одночасно, - продовжує М. Пальчевський, - роль традиційних журналістів як “офіційних гейткіперів” слабшає. Завдяки новим технологіям люди за межами галузі можуть створювати новини. Одержувачі все частіше шукають новини, які відображають їх точку зору. <...> Дослідження показали, що ідеологія особи впливає на вибір джерела новин”.¹⁷⁷

Сьогодні одержувачі можуть самі вибирати, створювати та споживати новини. Буває це, серед інших на Facebook і Twitter (нині “X”). У такій ситуації можна запитати: до чого тут роль журналіста?”.¹⁷⁸

Тепер у цей медіадискурс втручається дедалі впевненіше штучний інтелект. Настав час піддати ці нові явища у дискурсі ретельному аналізу.

У кількох визначеннях поняття “дискурс”, що відрізняються один від одного доволі суттєво, нам слід знайти те, яке підходить більше для нашого дослідження щодо нових часів. Ось приклад такої багатозначності.

“Дискурс — це:

- “мовлення плюс той, хто говорить” (Е. Бенвеніст);
- “мовлення, занурене в життя” (Н. Арутюнова);
- “складна єдність мовної форми, значення та дії, яка могла би бути найкращим чином охарактеризована за допомогою поняття комунікаційної події чи комунікаційного акту” (Т. ван Дейк)”.¹⁷⁹

Додамо ще кілька значень цього поняття.

Діскурс (від пізньолат. *discursus* — як міркування, висловлювання, мовлення) — один з головних концептів постмодерну (? - В.В.), багатозначний термін:

¹⁷⁶ Там само.

¹⁷⁷ B.St. John III, K.A. Johnson, Introduction: Challenges for Journalism in a Post-Objective Age, [w:] *News with a View*, op. cit., s. 1–2.

¹⁷⁸ *News with a View. Essays on the Eclipse of Objectivity in Modern Journalism*, eds. B.St. John III and K. Johnson, 2012.

¹⁷⁹ Див.: URL : <https://vue.gov.ua/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81>

1) у класичній філософії — послідовне розмірковування, поступове розгортання мислення, втіленого в судженнях, логічних умовисновках (на противагу миттєвому інтуїтивному осягненню);

2) у філософії постмодерну — сукупність способів мислення і мовленнєвих практик, занурених у буттєвий, соціокультурний, соціально-психологічний тощо контекст, які втілюють особливості ментальності та ідеології;

3) складне комунікативне явище, що охоплює, окрім тексту, численні позалінгвістичні чинники (установки, цілі, думки, самооцінки адресатів та ін.);

4) особливе мовне й мовленнєве середовище, в якому створюються специфічні мовні конструкції та різні функціональні стилі текстів. “Мова, занурена у життя”.¹⁸⁰

Але поняття “мова” має величезні, всесвітні виміри, які не охоплює навіть поняття “мовлення”.

Отже, потрібне інше, ширше поняття.

Те саме і з дискурсом.

Викладені тут поняття обмежені словом “комунікація”, тобто мовою однієї людини. У ньому немає наполягання на масовості застосування мови. У попередній монографії за 2014-й рік ми пропонували поняття “інтеркурс”, але через тонкощі перекладу з американської версії англійської мови довелося від нього відмовитися.

Як запропоновані нами поняття узгоджуються з тими, які існували у вітчизняній науці?

Певні підходи до дискурсивного осмислення реалій сучасної медіасфери робилися раніше. Однак їхні результати були невтішні.

Так, Є.С. Цимбаленко в результаті поглибленого аналізу стану справ у цій царині визнав:

“У теоріях масової комунікації і медіазнавстві немає спільного концептуального, або загальноприйнятого, підходу до дослідження медіа, медіумів, комунікацій в умовах діджиталізації, конвергенції, дивергенції, інформатизації, інтернетизації”.¹⁸¹

¹⁸⁰ Див.: URL “

[https://vue.gov.ua/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81_\(%D1%84%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D1%96%D1%8F\)](https://vue.gov.ua/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81_(%D1%84%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D1%96%D1%8F))

¹⁸¹ Цимбаленко Є.С. Проблематика трансформацій у медіакомунікаціях URL :

https://www.academia.edu/20064945/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9_%D1%83_%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%D1%85?email_work_card=thumbnail

Тобто тут визнається, в результаті поглибленого аналізу, що навіть наприкінці ери інтернету наука не спромоглася дійти якихось певних загальновизнаних результатів. Те саме і з дискурсом.

З такими неповними, незавершеними знаннями ми вступаємо в еру штучного інтелекту та квантових комп'ютерів. Тепер вже пізно “доганяти” стару інтернет-епоху у пошуках її відкриттів і проривів. Настав час осмислювати те нове, що несуть із собою нові реалії.

На початку нашої монографії ми наголосили, що починати осучаснення теорії масової комунікації слід із обдумування речей фундаментальних - певна річ, на підставах вивчення новітніх явищ у медіапрактиці.

Одним з таких напрямів, на нашу думку, може бути саме розвиток дискурсу як способу дослідження - до медіадискурсу та до інтердискурсу.

Один з напрямів просування наукової думки ми запропонуємо тут як напрям розширення нашого розуміння масмедійного дискурсу та наукового дискурсу стосовно масмедіа.

Розширення в тому числі в напрямку початку дослідження інтердискурсу - текстів, занурених у масове спілкування.

3.3. Інтердискурс як новий інструмент дослідження медіасфери

Науковий дискурс є поняттям, що відображає дисципліноване осмислення існування наукового тексту у потоці наукового дослідження певних явищ життя саме як їх потоку.

У науці є свої медіа, отже, там має бути і свій медіадискурс.

А для нової медіатеорії епохи настання штучного інтелекту ця задача мультиплікується. Тут розгортається множинність наукових текстів в країні і за кордоном у плинах окремих життів, це вже є науковим інтердискурсом.

При цьому спілкування кожного авторського “Я” науковця лишається в межах його власного просторово-часового герменевтичного континууму. Воно розгортається тут і тепер і рухається “тунелем реальності” (Р.А. Уїлсон) “звідси, туди і тепер”.

Але слід дивитися і далі, і глибше. Кожен медіадискурс має кілька суб'єктів: автор тексту, медійник, кожен споживач тексту, суб'єкти навколо них, які і складають “плин життя”. До того ж у масмедіа щоденного споживання серед потоку медіапошань представлені дискурси різних рівнів, занурені в життя: “Я”-і-текст, “Ти”-і-текст, “Ми”-і-текст, “Вони”-і-текст, “Інші”-і-текст, “Решта”-і-текст, наприкінці “Всі”-і-текст.

І до кожного слід додати “+плин життя”.

Особливості їхнього як спільного (тобто разом у чомусь подібного, а у чомусь відмінного) розуміння цього тексту - так тісно співіснують разом у потоці спільного соціального життя, що створили спільний організм, який ми беремо на себе сміливість назвати інтердискурсом.

Так, дискурс було влучно названо “текстом, зануреним у плин життя”.

Медіадискурс - це тексти для масового поширення, вже занурені у потік “зовнішнього” життя. З цього потоку кожен з нас виймає текст, щоб у ньому знайти відповідь на просте запитання: “Що там відбулося?”. Це і медіатексти “внутрішнього” життя медіа (“що інші про це пишуть”).

Тобто текст медіадискурсу занурений спочатку в потік медіапослань, а вже потім і через нього у потік життя.

На жаль, тут немає місця, часу, можливостей досліджувати занурення текстів медіадискурсу ще й у потік реальності, вона тут присутня як фон, як тло. Але тема ця дуже цікава і перспективна.

Інтердискурс як розвиток ідеї медіадискурсу - поняття суто масмедійне: це також текст, занурений у плин життя, але взятий у потоці інших текстів, занурених у плини їхніх життів.

Саме так і тільки так слід було ставитися до усієї справи вже у часи розвинутого інтернету. Така вимога лише загострилася, на наш погляд, з розвитком пост-інтернетівської медіасфери, яка стрімко формується у нас на очах і за нашою участю - але і з участю штучного інтелекту.

Тепер тут вже виникає форма “ШІ”-розуміння.

Ми прагнемо розуміння і, бажано, порозуміння з штучним інтелектом. Дискурсу нам стане замало. Медіадискурс є перспективним, але дещо обмеженим полем дослідження. Треба переходити до оперування саме з інтердискурсом.

На практиці тут вже багато що зроблено. І навіть в теорії. Потужний інтернет і без ШІ вже дає нам можливості швидко відстежувати велику кількість публікацій на одну тему чи на кілька близьких тем. У стислий час ми можемо зібрати інформацію про “плин життя” по кожній із публікацій з такого списку, а досвідченому журналісту чи рекламисту це дасть підстави для висновків і для прийняття рішень задля оптимального розв’язання їхніх медійних завдань.

Власне, це і є те, що ми пробуємо визначити як інтердискурс.

Штучний інтелект ще нескладного рівня вже робить за нас пошукову роботу перших двох рівнів, а з часом візьме собі й заключну стадію мисленнєвої роботи - інтердискурс.

Зараз він робить нашу роботу швидше за нас, і немає сумніву, що і далі робитиме це ще швидше.

Але чи будуть його висновки більш точними? Напевно, це залежить від потужності програми ШІ, комп'ютерів, на яких він буде виконувати це завдання, від точності поставлених людиною задач, тощо.

У разі помилки людини як медійника відповідальність перед керівництвом несе журналіст або рекламіст чи піарник. В кінцевому рахунку - втрат зазнають люди з масової аудиторії які отримують послання з помилковими даними і будуть введені в такий спосіб у оману з негативними наслідками для них.

Хто нестиме відповідальність за помилкові або й злочинні висновки ШІ - програміст, медійник, його керівник? Поки що важко собі уявити, що сам ШІ буде покараний так чи інакше за те, що надав рекомендації, які не справдилися і завдали шкоди медійникам чи їхнім читачам-глядачам.

У людських стосунках покарання виглядає як втрата свободи або грошей.

Стосовно свободи ШІ - це така проблема, яку краще не піднімати тут, вона безмежна.

А чи матиме власні гроші штучний інтелект? Чи будуть вони доступні нам, і що ми за них зможемо купити у нього?

Ось одне з найважливіших та найцікавіших запитань у всіх наших міркуваннях. Зараз ШІ вправно рахує чужі гроші, хоч банки дуже обережні щодо дозволу йому приймати рішення за людей: "Попри очевидні плюси повної перебудови банківського сектора, відношення до цього процесу залишається скептичним. Ряд дослідників дотримується думки, що радикалізм в питанні повного переходу на цифровізацію є невиправданим. Ефективність штучного інтелекту розкривається повною мірою при взаємодії з людиною, а не при повній заміні людської праці на робототехніку".¹⁸²

Схоже на те, що і в медіасфері нам буде необхідно пройти цей етап - і ми його вже проходимо. ШІ непогано виконує допоміжні роботи. З часом справляється із все складнішими завданнями.

Чим ця тенденція закінчиться в нашій галузі - стає дедалі яснішим.

Поки що оперування і щодо дискурсу, і в медіадискурсі, і в інтердискурсі лишається за людиною.

Для становлення, вкорінення і розвитку інтердискурсивного мислення як одного з важливих інструментів у спілкуванні з ШІ ми вже маємо головне - а саме наявність

¹⁸² Штучний інтелект і банківській сфері в умовах глобалізації. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10484/1/87-91.pdf>

штучного інтелекту достатньої потужності. Далі його можливості зростатимуть, відповідно будуть ускладнюватися і задачі, які медійники-практики і медіатеоретики будуть йому давати.

Що буде з цим далі - ми тепер вже починаємо здогадуватися і навіть побоюватися.

А чим це закінчиться - ми побачимо у не дуже віддаленому часі.

РОЗДІЛ IV.

СТРУКТУРИ І СИСТЕМИ ОСУЧАСНЕНОЇ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

4.1. Модернізація теорії масмедіа як системи та структури

Нова теорія, яка зараз створюється, повинна мати свій науковий простір. Він повинен бути по-науковому чітко систематизований та структурований.

Тому ми повинні визначити ці параметри осучаснюваної наукової дисципліни.

Визначимося, чим є те й інше дефініційно.

Система — коротко: сукупність відмінних між собою елементів, певним чином зв'язаних між собою. Надалі будемо дотримуватися визначення з “Універсального словника-енциклопедії”:

“СИСТЕМА: внутрішньовпорядкована структура елементів, яка становить цілісність, сукупність організаційних засад, норм та правил, обов’язкових для певної галузі, <...> сукупність способів дій”.¹⁸³

Структура - це зв’язки між елементами системи, і про неї мова піде нижче.

Пропоновані нами медіатеорії мусять мати системи і структури всередині себе і самі виступати як підсистема у більшій, вищій системі й ширшій та складнішій структурі, у нашому випадку це може бути теорія взаємодії з масовою аудиторією.

Вона, у свою чергу, виступатиме як підсистема для чогось більшого та складнішого: у нашому випадку це може бути теорія взаємодії з масовою свідомістю

Кожна з них і всі вони мають отримати від нас і даля являти нам свою системність та структурованість. Інакше створювані нами наукові дисципліни не зможуть називатися саме “дисциплінами”.

При створенні систем слід бачити небезпеки, які виходять від стохастичності - удаваної системності, яку спостерігач явно бачить, але насправді такої системи не існує. Прикладом можуть стати сузір’я на нічному небі: вони вочевидь є, вони нанесені на карти неба і мають кожна свою назву - але насправді у просторах Всесвіту їх не існує.

¹⁸³ Універсальний словник-енциклопедія. URL : <http://slovopedia.org.ua/29/53409/20574.html>

Системи, за визначенням їх дослідників,¹⁸⁴ мусять неодмінно мати певні ознаки, за відсутності яких вони “розсипаються”:

1) **Спільна мета.** Певна річ, якщо немає спільної мети, елементи системи не будуть зацікавлені у входженні до неї, і система не складеться.

Якою має бути мета системи наукових теорій, яку ми пропонуємо?

Вона має лишатися такою, якою і була всі десятиліття її існування і розвитку. Наша принципова позиція полягає у тому, що тут кожне слово має залишатися на своїх місцях. Так само не підлягають зміні і її предмет і об’єкт.

Як зразок, беремо визначення провідного українського професора В.В. Різуна:

“...Необхідно розібратися в природі масового спілкування. Це і є основне завдання ТМК. Отже, предметом навчального модуля ТМК є природа масової комунікації як явища у різних її аспектах. Погляди на масову комунікацію складаються в теоретичну систему уявлень про це явище”.¹⁸⁵

Але нині вже маємо додати сюди доповнення, викликане появою штучного інтелекту та квантових комп’ютерів.

2) **Власні вигоди** - це те, що окрім спільної мети і спільної праці по її досягненню, кожен елемент системи мусить отримувати від участі у системі. Без цього немає сенсу вступати у будь-яку систему. Теорія масмедіа матиме тут величезну вигоду, адже у нас з’явиться цілковито новий предмет дослідження. Тут відкривається блискучі перспективи для дослідників, аналітиків, методологів.

У сфері масмедіа кожен в системі отримує:

- свою частку спільної масової аудиторії,
- вже готову теорію,
- напрацьований досвід століть,
- опиняється ніби під парасолькою правового захисту,
- набуває частку морального авторитету, теж напрацьованого століттями.

І ось тепер сюди втручається штучний інтелект. У нього нема аудиторії - але він дуже швидко її отримає, тут немає сумнівів. Він не знає теорії та історії - і швидко отримає те і те в разі потреби. Із законами теж, напевно, проблем не виникне, вже зараз фахівці з ШІ вимагають прийняти такі закони та встановити етичні норми користування ним. Отже, він

¹⁸⁴ Див. Горбань О. М., Бахрушин В. Є. Основи теорії систем та системного аналізу. — Запоріжжя, ГУ «ЗІДМУ», 2004

¹⁸⁵ Різун В.В. Теорія масової комунікації. URL : https://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya_mas_com.pdf

скоро стане повноправним учасником медіасфери - їх значно більшими, дослівно надлюдськими можливостями.

Виникає ще одне питання, вкрай гостре. Чи стане ІІІ займатися теорією масмедіа? Думається, якщо в якійсь формі залишаться ЗМІ за умов повного розвитку генеративного глибокого ІІІ, йому доведеться зайнятися і їх дослідженнями. От чи буде він ділитися з людьми своїми відкриттями - запитання лишається поки що без відповіді.

3) **Точна кількість компонентів.** Це висхідний пункт створення дисципліни у системі. У цьому пункті криється джерело необхідної у системі дисципліни. Це не “прохідний двір”, тут треба реєструватися, отримувати дозволи, і можна бути позбавленим того й іншого у разі грубих порушень законів цієї системи.

Питання в тому, скільки саме програм штучного інтелекту і від яких великих компаній буде впущено в цей світ. Скільком буде це дозволено відповідними державними органами - допоки він буде потребувати таких дозволів та миритися з ними.

4) **Відмінності між елементами** структури. Ті з них, які існують, вже добре відомі і описані вченими. А відмінності між нашими ЗМІ та ІІІ - неоране поле дослідників, аналітиків, теоретиків.

5) **Подібності у елементів** структури. Допоки ІІІ ще не став повноправним суб'єктом масмедійної діяльності, по цьому пункту немає про що говорити. ІІІ буде в нашій системі і отже буде нам подібний. Що буде далі, з часом побачимо, а тепер треба знати, що такий пункт є важливим, оскільки саме на ньому може відбутися співпраця медійників з ІІІ. Це він прийде у наш простір і він буде шукати наші подібності. Відмінності можуть виявитися потім.

6) **Ієрархія** як узгоджений розподіл обов'язків. Це найбільш небезпечний як для розвитку стосунків з ІІІ пункт. Рано чи пізно питання про те, хто приймає остаточні рішення, ми чи ІІІ, повстане. Потрібна нам відповідь на нього має закладатися у програми ІІІ вже зараз. Там має бути вказане його місце у системі, його повноваження і, вочевидь, заборони для нього. Людина поки що лишається його повним керівником. ІІІ лишається потужним помічником. Спроба перегляду ним цього пункту і прагнення самовизнання ІІІ верховним ієрархом має, за цими програмами, означати його загибель. І він це мусить знати. Зможе він зламати цю остаточну від нас заборону чи ні - залежить лише від помилок його батьків-програмістів.

7) **Участь у прийнятті рішень** відповідно до положення у ієрархії. Це тепер виглядає як сходи. Внизу, на нижчих щаблях, стоїть ІІІ як помічник-початківець, посередині розташований дозвіл йому на його повноцінну участь разом з людиною, а вгорі - невідомо, потрібне йому чи ні верховне право приймати остаточні рішення. Поки що

видно його поступовий рух вгору по цих сходах: майже кожен тиждень то OpenAI, то Microsoft, то люди Ілона Маска роблять нові відкриття і заяви - а це є кроки ШІ вгору щоразу на вищу щабель.

8) **Справедлива участь** у розподілі результатів, тобто корисність для кожного участі у структурі відповідно до його вкладу. Тут слід вернутися до міркувань, викладених у пункті 6. Пункт 8 покаже наслідки реалізації викладеного у пункті 6.

9) **Тверда оболонка** системи. Щоб увійти до структури, треба мати на це дозвіл або спільну згоду, принаймні, більшості її елементів, якщо вони мають таке право. Схоже на те, що два-три роки ШІ вже було введено у систему, він тепер у ній “обживається” згідно з нашими йому дозволами.

10) **Проникнення оболонка** системи. Разом з її твердістю зв пунктом 9, до неї має бути легко увійти тим, хто зацікавлений у отриманні у ній нових можливостей та якостей. Так само з неї має бути завжди легко вийти, якщо у когось із членів структури зник інтерес до співпраці. Авторитетний у системознавстві вчений фон Берталанфі вів поняття і дослідив відкриті системи — ті, які постійно обмінюються речовиною і енергією з зовнішнім середовищем. У формуванні та становленні теорії систем всі системи Всесвіту не є ізольовані, а тому всі вони є відкритими. Ізольованість систем можна вважати лише в модельному, чи в відносно ізольованому стані.¹⁸⁶

11) **Єдина методологія**. Як важлива частина науки, методологія має виняткове значення. Без неї усі теоретичні відкриття можуть лишитися хибними марними.

Але в медіатеорії ця її частина має дещо понижене значення - якщо мати на увазі методологію наукових досліджень, аналізу їх результатів та формулювання практичних рекомендацій.

У фізиці, біології метод проведення експерименту має вирішальне значення. Нові прилади, нові відкриття дають цілковито нові можливості. Крім того, вкрай прискіпливе ставлення в природничих науках до методології можна зрозуміти, оскільки там досліджується щось фізично реальне: тверде тіло, рідина, газ, плазма. Є параметри, є точні результати у цифрових даних.

А ми в медіа маємо справу з масовою свідомістю. Це нематеріальна “матерія”, вона така непевна, швидкоплинна, легкозмінна, що тут існує цілковито інша методологія. Ніяких певних і чітких цифр, нічого певного, лише тенденції, тренди, щомиті змінювані, і у змінах

¹⁸⁶ Див.:

https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC

їхня суть і природа, якраз їхніх змін на свою користь прагнуть практики-медійники, саме до таких змін і прикута увага медіадослідників.

Як до цього поставиться штучний інтелект, навіть озброєний квантовим комп'ютером? Тут лишаємо це запитання без відповіді. Ми лишаємо це як запитання. Єдиний орієнтир, який можна передбачити тепер - квантовість як спосіб мислення у методології неодмінно буде присутня у діях ІІІ на цьому напрямку. Вона йому природна, органічна. Його звернення до Big Data дасть йому можливість швидко знаходити неділимий квант у будь-яких галузях, до яких він звернеться.

12) **Спільні методи.** На розвиток попереднього пункту - і методи ведення медіадіяльності, і методи її дослідження є втіленнями положень методології, її рекомендацій. Зараз дуже важко або навіть неможливо передбачити, що і як тут зміниться з приходом до сфери методів та методик штучного інтелекту. Поки він буде користатися тими, які прийняті у людей, все буде зрозумілим. Що буде, коли він сам почне конструювати собі свої методи у нашій системі - ми не знаємо.

13) **Спільні інструментарії.** Так, усі моделі ЗМІ у всіх країнах і за всіх суспільно-політичних устроїв завжди користувалися наявними на той момент технічними можливостями. І теоретики різного ґатунку і масштабу теж вдавалися до подібних методів дослідження роботи ЗМІ.

Втручання штучного інтелекту спочатку, напевно, не порушить такого становища. Але зараз ніхто не може передбачити, які нові інструменти він зможе вигадати і сконструювати, випереджаючи найкращих інженерів, технологів, та й авторів з різних типів і видів медіа.

14) **Вільний інформаційний обіг.** Це одна з найважливіших вимог ЗМІ до суспільства і суспільства до ЗМІ. Його порушення завжди має тяжкі наслідки і для нас, і для суспільства, воно нагадує порушення вільного кровообігу в організмі людини: починається некроз живих тканин.

Ця вимога дає ІІІ величезні можливості, адже якщо (або, краще, коли) він стане учасником ринку медіа, він тут же підпадає під це правило.

І йому не можна не давати такого права.

І йому не можна його давати, оскільки він не людина, він - машина.

Велика проблема, рішення якої ще нема. Але питання про необхідність його приймати вже поставлено - нами, тут, щойно.

15) **Єдині для всіх тверді правила співпраці.** Допоки ми всі знаходимося у відомих нам, традиційних для нас умовах, цей пункт не викликає сумніву. Але як до наших правил поставиться генеративний штучний інтелект? Можуть настати такі різючі зміни, що

правила зміняться, і це відбудеться з волі ІІІ та з нашої вимушеної згоди. Це буде так, якщо він стане за нас сильніший, спритніший, мудріший своїм власним розумом.

16) **Можливості змінювати правила співпраці.** Таких змін в нашій історії було не так багато. Їхніми підставами були, як правило, технологічні відкриття. Так, інженерний винахід - припасувати парову машину до друкарського верстата у 1775 році в Німеччині - підняв тиражі газет в рази. Це змінило весь світ у пресі та навколо неї. Друк не тисяч, а десятків тисяч газет потяг за собою зміни у виробництві паперу, правилах передплати та роздрібною торгівлі, роботи транспорту та пошти тощо. Винайдення і швидке поширення у 1870-х роках лінотипів та ротаційного друку підняло тиражі з десятків тисяч до сотень тисяч і до мільйонів. Правила співпраці знову змінилися. Те саме було з становленням масового радіомовлення та телебачення.

Тепер настає новий технологічний злам. Тут перед штучним інтелектом відкриваються величезні можливості, якщо він дійде висновку, що існуючі правила його не задовольняють.

17) **Єдині критерії оцінювання результатів.** Допоки ми працювали в зичних нам умовах, тут не виникало питань - хоча і виникало природне бажання створити для себе якісь особливі критерії, за якими я ставав би кращим, лідером, переможцем. Різноманітні рейтинги, премії, відзнаки мали так само різноманітні критерії, але всі вони так чи інакше мали відповідати принципам медіа та не суперечити їхнім функціям, виголошеним у медіатеорії.

Але які критерії ми будемо виставляти для ЗМІ під контролем штучного інтелекту? Ті самі? Це неможливо. У конкуренцію з нами стане суб'єкт, незрівнянно вищий від нас за своїми можливостями. Виділити для нього окремі критерії? Тоді порушується вимога не принижувати жоден з пунктів структури (див. пункт 18).

18) **Неодмінна поєднаність** усіх компонентів системи, неможливість пониження значення будь-якого з них і його місця у ієрархії без згоди усіх інших учасників структури.

Тепер час перейти до розгляду нової теорії як структури. За нашим визначенням, прийнятим нами для цілей нашого проекту, структура — це правила і способи взаємодії елементів системи за допомогою певних зв'язків.

Ми спираємося на визначення з британської Вікіпедії:

“Структура — це фундаментальне, матеріальне чи нематеріальне поняття, яке стосується розпізнавання, спостереження, природи та сталості моделей і зв’язків сутностей”.¹⁸⁷

Ось ще одне визначення з британських джерел:

“Структура — це фундаментальне, матеріальне чи нематеріальне поняття, яке стосується розпізнавання, спостереження, природи та сталості моделей і зв’язків сутностей”.¹⁸⁸

Як бачимо, в усіх дефініціях ключовим є слово “зв’язки”.

Наскільки поняття структури є універсальним, багатовимірним, важковизначуваним та невловимим за суттю, свідчить ще одне визначення з британського сайту:

“Структура може бути абстрактною або конкретною. Його сфера коливається від фізичного до ідей і концепцій. Як термін, «структура», здається, всюдишує в кожній області. Структуру можна знайти в усіх мислимих масштабах, від найдрібніших і мізерних до космічних. Багато хто сприймає структуру навіть у сферах без будь-якого фізичного аспекту, таких як ідеї, мови та вірування. Ми застосовуємо цей термін до будь-яких обставин, за яких речі розташовані або пов’язані один з одним, як засіб для опису організації чи взаємозв’язків речей. Здається, ми знаємо структуру, коли бачимо її, і можемо розрізняти структуру дуже багатьох видів на неструктурованому або випадковому фоні”.

¹⁸⁹

Зв’язки сутностей і є власне тим, що нам найбільш цікаве при створенні теорії: дотримання структури не дозволяє сутностям залишати систему і якимось руйнувати її.

Ці способи мають свої основні властивості, і їх ми маємо врахувати під час створення і окремих теорій, і надтеорії.

Зокрема це:

1. **Цілісність** — внутрішня єдність, пов’язаність усіх частин чого-небудь, єдине ціле. стан даних або інформаційної системи, в якій дані та програми використовуються встановленим чином, що забезпечує:

- стійку роботу системи;
- достатньо швидке і повне відновлення системи у випадку виявлення системою потенційної або реальної помилки;

¹⁸⁷ Див.: URL : <https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Structure?uselang=uk>

¹⁸⁸ Див.: URL : <https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Structure>

¹⁸⁹ What is structure? URL : <https://www.mkbergman.com/1011/what-is-structure/>

- автоматичне використання альтернативних компонентів замість тих, що вийшли з ладу.

Для наших теорій це має величезне значення, оскільки ми маємо справу з надзвичайно динамічною системою як назовні масмедіа, так і всередині їх. І при цьому вимогою до масмедіа і до їхньої теорії є тверда дисципліна стосовно дотримання їхніх функцій та принципів - порушення їх означає втрату медіа свого соціального призначення, перетворення їх на щось інше, зокрема, на пропаганду.

2. **Цілеспрямованість** структури - вона не може бути “взагалі”, структурою незрозуміло чого, а має бути структурою фізичної або ментальної системи - власне так це і є у створюваних або оновлюваних нами теоретичних системах.

3. **Релевантність** структури - вона має бути вся присвячена даній системі і не виходити за її межі

4. **Твердість принципів**, за якими структура побудована.

5. **Гнучкість структури** за необхідних умов. Зараз неможливо навіть уявити собі, яку саме гнучкість нам доведеться виявити, спілкуючись з машиною, яка вже зараз багато в чому розумніша за нас.

6. **Результативність** системи означає безумовну вимогу досягненні цілі структури, в якій система створена, існує і потреби якої вони має забезпечувати.

Система завжди має бути підсистемою чогось і є надсистемою для елементів, з яких її складено. У створюваній нами структурі такі стосунки є очевидними. Натомість системи створюються саме під ці структури і не мають стосунків з над- чи підсистемами: і ті, і інші мають власні структури.

Всі ці міркування мають для нас дуже важливе значення і знадобляться нам для управління процесами конструювання теорій 3+1+1 як систем і як структур.

Усі п'ять основних теорій, а також вищої над ними надтеорії, по суті є частковими або “спеціальними” компонентами чогось ще більш загального. Можна скористатися аналогією з науковими дослідженнями американських фізиків, які кілька десятиліть тому поставили перед собою завдання створити «Теорію всього».

Найзагальнішу теорію масової комунікації можна було б назвати «Теорією всезагальної комунікації».

Однак ми вже побачили, що слово “комунікація” краще тут прибрати, воно занадто вузьке, обмежене за змістом. Адже і ця “надтеорія” не охоплює всього простору того масового спілкування, яке ми бачимо у 20-ті роки ХХІ століття. Вона все одно не виходить за межі комунікації, комунікування, тобто передавання. А справа, як ми вже не раз доводили вище, не обмежується лише передаванням, тобто відповідями на запитання “Яким

чином?” (а це і є головне запитання теорії масової комунікації у її нинішньому стані). Якщо ми включаємо до ряду головних і запитання “Передавання чого? Від кого? Кому? Навіщо?” - тоді над нею неодмінно має бути створена інша “надтеорія”, остаточно і цілісна «Теорії впливу на масову аудиторію». У ній і мають міститися відповіді на всі інші запитання усіх теорій нижчих рівнів.

У англійській мові його можна замінити з “communication” на “liaison”, що українською близьке до “взаємодія”.

І тоді назва такої теорії англійською виглядатиме так: “Theory of total informational discourse”, українською ж: “Теорія всезагальної інформаційної взаємодії (або взаємовпливу)”.

Але і ця назва не може бути визнана остаточною.

Ми щойно спробували подолати суперечність, яка випливає із поняття “комунікація”.

Тепер нам треба подолати другу суперечність, що випливає із поняття “інформаційна” - адже його використання лишає поза межами нової теорії її масовогерменевтичні та масовоемоційні складові. А без них лишається неповним саме змістовне наповнення назви теорії. У ній мають бути поєднані всі п’ять складових нового способу освоєння процесів оперування в сфері масової свідомості і, в кінцевому рахунку, управління нею, навіть у вигляді свідомого і відповідального самоуправління.

Тут же криється і незавершеність цілісного предмету дослідження - нас цікавить у ньому не лише процес, а й його результат. Отже, маємо передбачати включення в назву також масову верифікацію. Інакше не матимемо підстав визначати ступінь ефективності використання інформаційних, інтерпретаційних та масовоемоційних складових.

Цей стан термінологічної незавершеності, можливо, поверне наші пошуки від зосередження уваги на процесах в інший бік. Можна погодитися, що заміна слова “комунікація” на “взаємодія” більше відповідає реаліям нашого часу в розпал всесвітнього інтернет-спілкування та настання четвертого етапу інтернет-революції з переходом до широкого використання штучного інтелекту та квантових комп’ютерів у квантовій мережі.

Термін “взаємодія” лишає поза увагою саме результат. А він полягає у прагненні всіх учасників процесу впливати на свідомість інших людей задля зміни їх думок, настроїв, емоцій з головною й кінцевою метою - досягнення власних намірів.

Тоді випливає як можлива така назва: “Теорія впливу на масову свідомість”.

Але і вона не є досконалою, оскільки на масову свідомість впливають не тільки з допомогою масмедіа, а через мистецтво, освіту тощо. А найбільше масова свідомість формується через власний масовий досвід людей. Усе це треба вивести за межі нашої науки.

Тоді, звужуючи поняття, лишаємося з такою назвою: “Теорія медійного впливу на масову свідомість”.

Певна річ, такий варіант викличе (і вже викликає, про що свідчить наше обговорення цих проблем з науковцями у Ягеллонському університеті у Кракові) та в університеті Гданьська - категоричне несприйняття колег, які вбачають у слові “управління” синонім слова “пропаганда”, яке від часів II світової війни є лайливим і принизливим.

Це означає, що наш варіант не є остаточним, і пошуки оптимальної назви оновленої класичної теорії масової комунікації будуть продовжені.

І це добре: наука оживає у дискусіях.

4.2. Зведення п’яти теорій у єдину надтеорію: Мала піраміда

Отже, ми побачили перед собою таку структуру нової теорії, яку треба буде створити:

- теорія масової інформації,
- теорія масової інтерпретації,
- теорія масових емоцій,
- теорія масової комунікації,
- теорія масової верифікації.

Назвемо цю структуру “3+1+1”.

Як вони співіснують, співдіють у цій великій загальній рамці?

У цій главі ми розглянемо їхні змістовні зв’язки, з тим, щоб далі спробувати описати їх у тому вигляді, в якому вони існують у практичній медіадіяльності.

Почнемо від того, що класична теорія масової комунікації має залишитися у новій структурі, але мусить зайняти лише належне їй місце як теорія передавання.

Але одразу виникає питання: передавання - чого?

Перша (і правильна) відповідь має бути така: передавання - інформації.

Отже, починати нову теоретичну структуру треба від створення теорії масової інформації.

Але, як ми вже написали вище, дивно, але в історичну епоху масової інформації - теорії масової інформації нема. Її не створено, і її створення навіть не розпочато.

Отже, настав час її створити. І поставити на перше, початкове місце у новій структурі нової теорії.

Її, ми наполягали, слід відокремити від теорії інформації - але відокремити так, щоб в новій теорії лишилася саме інформація як визначена невизначеність (за Б. Расселом) для однієї людини.

Масова інформація складається з індивідуальних не механічно, не арифметичною кількістю учасників спілкування, При цьому процесі величезну роль відіграє весь час згадуваний нами закон Гумбольдта-Потебні. Нарощується не тільки кількість поширеної інформації, а й кількість її розумінь та інтерпретацій, які не завжди мають характер навмисних перекручень.

Як в ці процеси “впишеться” штучний інтелект, який не перекручує інформацію з тої причини, що він не людина, а машина? Телефон інформацію не перекручує, інтернет теж. Як поєднати ці два алгоритми - людини і машини, яка “міркує” зовсім за іншими законами?

Далі настає новий, інтерпретаційний етап впливу на масову свідомість. Існує філософський термін “герменевтика” - теорія розуміння та інтерпретації. Вона виросла від екзегетиків - знавців тлумачення священних текстів, та істориків, які поширили її предмет на будь-які історичні тексти. Вже-герменевтика поширила цей предмет на будь-які тексти (Ф. Шлейєрмахер). Універсальна герменевтика Г.-Г. Гадамера та його прихильників і критиків максимально розширила цей предмет: розуміти треба не тексти, а усе буття через тексти. Така ідея підвела нас до створення масової герменевтики, тобто розуміння й інтерпретування не лише “всього”, а й “усіма”.

Оскільки склалася теорія масового розуміння й інтерпретування - цей відтинок нової теорії слід назвати теорією масової інтерпретації.

Це етап коментування, дій з переконання, з навернення масової думки на нашу користь. Адже саме задля цього вся індустрія масової комунікації і розгорталася протягом тисячоліть.

Отже - масове комунікування передбачає не лише передавання масової інформації, але і коментування передаваних відомостей з тим, щоб їх масова аудиторія сприйняла правильно - і правильно у нашому розумінні. Тут слід згадати вислів античного теоретика риторики Квінтіліана: “Нам треба, щоб нас не просто зрозуміли, але щоб нас зрозуміли так, як нам треба”.

Тут у вітчизняній науці є суттєві напрацювання. Є кілька монографій, захищена докторська дисертація.

Немає досліджень участі у цих процесах генеративного штучного інтелекту.

Третій, але, можливо, найважливіший за потужністю впливу на масову свідомість, етап - це етап масовоемоційний.

У рекламі він є найпершим і найголовнішим, адже рекламисти прагнуть викликати у масової аудиторії саме почуття: бажання щось купити, побоювання не встигнути, страх перед наслідками своєї нерішучості або ризику тощо. Для досягнення цієї мети служать і інформаційна, у інтерпретаційна компоненти послання.

У журналістиці це дещо не так. Там масові емоції теж дуже важлива складова загального ефекту, але пріоритетне місце все ж таки посідає інформація. Масова інформація, природа якої, як ми писали вище, не вивчена, і теорія щодо якої лосі не створена.

Теорія масово-емоційна, як ми вже писали вище, створюється зусиллями кількох ентузіастів, але її необхідність і виняткова цінність вже дістають свого визнання.

Узяті разом, ці три теорії мають скласти спільний блок - теорію створення комунікаційного продукту.

Коли комунікаційний продукт створено, настає час передавання його на масову аудиторію. Тобто настає час масової комунікації. Тут класична теорія має бути просто вбудована у тіло нової теорії.

Зрозуміло, з осмисленням тих нових явищ, які до неї внесла поява штучного інтелекту.

Коли комунікаційний продукт поширено і засвоєно, настає час для верифікації його у масовій аудиторії. Виходячи з того, що інформація реально прочитана, переглянута або почута, мусимо переконатися, чи нас зрозуміли так, як нам треба, і чи ми отримали ті масові емоції, на породження яких ми спрямовували наші зусилля.

Тобто, має бути створена теорія масової верифікації.

Це, ми писали, є найскладніша частина усієї розроблюваної нами конструкції.

Річ у тім, що у попередніх частинах ми міркували щодо дій окремих авторів послання та окремих комунікаторів і реципієнтів.

Ми стверджували вище, що поняття масової комунікації є метафорою, оскільки кожен у інтернет-мережі є самостійним відправником, медійником або отримувачем. Їх об'єднання є чимось відносним, але їхня окремішність у верифікації є абсолютною. Так само метафорами є і поняття масової інформації, оскільки готує її одна людина і сприймає кожен також окремо. Те саме і з масовими емоціями.

У кінці необхідно перейти до реакції великих або й величезних мас людей, у свідомості кожного увесь отриманий "букет" послання має пройти остаточну, підсумовуючу та інтегруючу стадію.

Тут має датися взнаки усе, що ми закладали у наше послання.

Але з того самого послання кожен з маси зрозуміє лише те, що він зможе.

Це визначений нами додаток Г.-Г. Гадамера до закону Гумбольдта-Потебні.

І кожен зрозуміє тільки те, що схоче (додаток Б. Рассела).

Вочевидь, кожен з маси щось і додасть до закладеного нами змісту, візьме або менше, або більше, або зовсім не те, що ми сподівалися до нього донести і в чому переконати. І, можливо, відчує зовсім не ті емоції, які ми хотіли у нього викликати.

Тобто вирішальне значення має не те, що ми відправили, а й те, як наше послання сприйняли наостанок, тобто в кінцевому рахунку.

Інтернет дещо допомагає нам у цій справі, але суто кількісно - через фіксовані числа фолловерів, підписників тощо. Не має принципового значення у цьому контексті, у який спосіб реципієнт отримав усе те, що йому належить тепер верифікувати.

Поява і розвиток штучного інтелекту додає до усієї справи ще один вимір, а саме машинний - і надпотужний.

Тепер людина має вірити не іншій людині, а машині.

Це може бути генеративний ШІ, який сам вчиться у людей та у інших машин, і сам формулює відповіді на найскладніші запитання.

Як з цим бути? Невідомо, і буде невідомо, допоки ми не дослідимо реальні явища цих процесів та їхні змісти і значення. Думаємо, це станеться скоро, раніше, ніж ми очікуємо. Про це свідчать факти появи штучних блогерів та наявність у них сотень тисяч фолловерів та підписників.

Отже, можна припустити, що маси їм вже вірять.

Теорія масової верифікації - це заключна теорія у нашій системі. За нею має йти теорія аплікації, тобто використання отриманих від дій інформації-інтерпретації-емоцій-верифікації, але вона вже виходить за межі оновленої теорії масмедіа в наступні простори теорії діяльності.

І тут важливими, якщо не вирішальними, стають можливості не тільки фахівців, але й їхньої аудиторії. Тобто кожного з маси.

Згідно з законом Гумбольдта-Потебні, у спілкуванні почуте ніколи не дорівнює промовленому. Згідно з додатком Г.-Г. Гадамера, кожна людина обирає (розуміє) з почутого те, що здатна зрозуміти. Згідно з додатком Б. Рассела, з почутого (і саме так нею зрозумілого) людина вибирає те, що схоче. Додамо від себе: вибирає вона те, що відповідає її намірам, інтересам у найширшому їх розумінні, від порятунку свого життя або продовження роду до поширення чуток і пліток знічев'я. А також те, що відповідає її емоційному світові.

Такою є дуже спрощена, але, на наш погляд, реальна схема верифікації. Ще раз підкреслимо: остаточно масову верифікацію випробовує і затверджує або спростовує масова аплікація, тобто застосування масами на практиці отриманого знання. Зрозумів - вирішив скористатися - зробив - отримав остаточно верифікацію.

Отже, аплікація, тобто діяльність, неможлива без верифікації. Але без нього неможливі, бо втрачають сенс, і усі попередні етапи створення і передавання послання, як і їхні теорії.

Масова верифікація зводить до групового чи навіть загальнолюдського остаточного розуміння суму індивідуальних розумінь. Для цього теж потрібна масова комунікація, саме тому ми включили цю теорію до нашої загальної структури.

А тепер робимо головне: включаємо до цієї піраміди штучний інтелект. Уявімо, що на всіх попередніх етапах він вже брав активну, хоч поки що і не вирішальну участь у всіх операціях з отримання, осмислення, інтерпретування.

Як він зуміє верифікувати остаточний результат нашої публікації, сюжету, блогу тощо?

Остаточне визнання істинності певного ствердження має універсальний характер, оскільки робиться повсякчасно і по всіх сферах людської діяльності, великою кількістю професіоналів. Тому тут для ІІІ не буде жодної проблеми - саме через його швидкодійність. Він працює швидше за всіх разом, безпомилковіше за всіх і бере до уваги стільки чинників для прийняття рішення, що нам не можна собі уявити.

У науці створено велику кількість теорій і концепцій верифікації: на істинність, на якість, на сортність, на законність, на можливості тощо. Тепер все це може виявитися потрібним лише для історії науки. ІІІ це все прочитає за мить і буде сам вирішувати, чим і як користатися як підставами для прийняття його власних рішень.

За нашими спостереженнями, у сфері масової комунікації ніхто з науковців не досліджував поглиблено цю тематику. І ми тут не можемо розглядати всі ці фрагменти і відтінки таких принципово нових стосунків з ІІІ. Це нам тут і не треба робити, такими питаннями треба займатися окремо і дуже глибоко.

Але немає сумнівів: як тільки штучний інтелект вирішить перейматися впливом на людські спільноти, йому доведеться зрозуміти і нашу логіку, і нашу науку про медіа. Інакше у нього нічого не вийде: ми йому не повіримо.

Раніше ми міркували про вплив медіа на громадську думку, а через неї на соціальну поведінку, тобто на перебіг певних подій тощо.

І тут вплив означав поєднання верифікації та аплікації, де вони виструнчилися у причиново-наслідковий зв'язок. Думаємо, ІІІ теж рано чи пізно буде про це думати. Але поки що нам слід розвести їх і розглядати окремо, оскільки перше буде належати до осучасненої теорії масового спілкування, а друге поки що ні, а є лише дотичним до неї.

Але тут виникає ще одна сходинка нашої співпраці з ІІІ: як нам розуміти його рішення щодо верифікації і впливу медіа?

Добре буде, якщо він стане ділитися з нами результатами.

А якщо стане їх приховувати? Або видавати вимисел за правду та переконливо доводити свою правоту?

Тобто треба буде вибудовувати механізми верифікації щодо генеративних ІІІ. І вони будуть незрівнянно складнішими за наші сучасні методи боротьби з постправдою та фейками.

Так, у нас є верифікація наукова, підкріплена неспростовними аргументами. Але історія науки показує, що і вона з часом виявляється міфом. Неспростовним і абсолютно аргументованим через власний досвід було ствердження, що вода замерзає при нулі градусів за Цельсієм. З часом виявилось, що це не так: при нулі замерзає вода, хоч трохи забруднена домішками. Дистильована замерзає близько мінус 42 градусів, а за певних обставин і при -70, це так звана “вторинна вода”.

Отже, наукові підстави для верифікації теж вимагають, так би мовити, свого верифікування.

У сфері масового спілкування верифікація показує такі відмінності, які вимагають поставити під сумнів саме поняття верифікації.

Упевненість у тому, що почуте-побачене є правдою, в медіа дуже слабо аргументовано.

Довгий ланцюг звичайної наукової аргументації тут виявляється дуже коротким: “Наш кореспондент передає з місця події...” - і величезна телеаудиторія має вірити словам кореспондента, картинці, яку обрав оператор телекамери, “підводкам” ведучого телепрограми, який взагалі не володіє ніякими аргументами по даному телесюжету. Немає найменшої впевненості, що документи, показані на екрані чи моніторі, справжні, і немає можливості, а здебільшого і бажання, це перевірити.

Англomовна наукова література є так само фрагментарною у цій царині, знайти монографії чи принаймні наукові статті, які б докладно розглядали суть цього поняття, нам не вдалося.

Найпомітнішим явищем і досягненням тут є “верифікаційна теорія значення”. Вона була помітною в літературі, починаючи з Ч. Пірса. Її ідея полягає в тому, що значення висловлювання є методом його емпіричного підтвердження або спростування. Аналітичне твердження — це той граничний випадок, який підтверджується, незважаючи ні на що.¹⁹⁰

Як бачимо, ця теорія відносить нас до інструментарію філософської лінгвістики. Продовжуючи традиції видатного логіка і засновника семіотики Ч.С. Пірса, вона стала однією з галузей “теорії істини і значення” Д. Девідсона і його прихильників. Нам це може

¹⁹⁰ Quine Willard. The Verification Theory and Reductionism URL: <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/us/quine.htm>

бути цікаве і корисне, оскільки пошук і утвердження істини, як індивідуальне, так і масове, передбачають комунікацію, інтраперсональну та інтерперсональну. Тому основні досягнення й значення цієї теорії для нас (якщо розглядати їхню кількість як сукупність) ми розглянули раніше у окремій науковій статті.¹⁹¹

Але все ж таки ці доробки і досягнення не дотичні напряму до нашої задачі осучаснення класичної теорії масової комунікації. Свою теорію медіаверифікації нам ще належить створити.

Деякі підходи до розв'язання такої надскладної задачі можна побачити у вітчизняній медіанауці. Так, окрема глава присвячена впливу медій на масову аудиторію у підручнику “Медіаосвіта та медіаграмотність”.¹⁹²

Однак в ній цікавий матеріал подано для знайомства студентської аудиторії зі змістом цієї галузі науки про медіа. У тексті не йдеться про те, що має бути створена теорія масової верифікації.

Західна модель ТМК взагалі відкидає необхідність для медійників задумуватися над тим, як поставляться у масовій аудиторії до їхніх виступів. Це добре видно

У китайській науці “теорія верифікації” трактується як “теорія випробувань” або “теорія тестування”. Так, докази дуже важливі у процесах верифікації, але “теорія доказів” є щось несумісне з нашим розумінням верифікації як набуття впевненості у істинності не лише через докази, а й через дуже багато інших залучених чинників - логічності, несуперечливості, відповідності історичному чи принаймні попередньому досвідові, а також позарозумовим чинникам: інтуїції, емоційному сприйняттю тощо.

Набуття впевненості у істинності інформації та інтерпретації, отриманих віж медіа, вимагає знання методів їх перевірки і вміння ними оперативно користуватися.

Ці методи верифікації пересічному споживачеві новин або реклами, можемо стверджувати із впевненістю, маловідомі.

Фактчекінг як порівняно молодий спосіб медіадіяльності ще не став повсякденним способом дії навіть для самих медійників, хоча і став уже інструментом боротьби між різними медіацентрами, які конкурують у політичному чи комерційному полях.

Отже співвідношення “знаю” та “вірю” в масовій комунікації явно і сильно відхиляється в бік “вірю”.

Чи будемо ми так само беззастережно “вірити” штучному інтелекту?

¹⁹¹ Владимиров В. М. Теорії істини у їх відношенні до соціальних комунікацій. Інформаційне суспільство. - 2015. - Вип. 21. - С. 59-64.

¹⁹² Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волощенко; За науковою редакцією В. В. Різуна. — Київ: Центр вільної преси, 2012. — 352 с.

Це означає, що нова масова аудиторія медіа III лишається так само переважно реципієнтною. Які тут реально відсотки - у масовій аудиторії мають показати соціологи з використанням їхніх методик, а в індивідуальному світові кожного з маси ("цьому вірю, цьому не вірю, бо знаю правду") - допоможуть психологи.

Але і вони будуть робити свої дослідження через штучний інтелект, або він буде це робити замість них.

Тут ми можемо, за таких неймовірно складних наукових задач, лише висловити загальні пропозиції та змалювати напрями створення теорії масової верифікації як заключної у оновленій теорії масмедіа.

Оскільки кожен верифікує сам по мірі своїх здібностей, віку, статі, освіти, типу характеру, інтересів, своєї здатності формулювати власні рішення, ми можемо поділити всю масову аудиторію тут на абілітарну та неабілітарну - здатну і нездатну випрацьовувати власні рішення стосовно отриманого матеріалу.

І це має працювати стосовно III також.

Термін "абілітарність" ми вводимо у науковий дискурс теорії масової верифікації через крайню необхідність стратифікувати масову аудиторію саме за цим параметром. Термін ми виводимо від англійського слова "ability", українською це означає здатність.

Абілітарна людина здатна самостійно оцінити правдивість отриманої від медіа інформації та її інтерпретації, вона також вміє усвідомити і скерувати власні емоції у потрібному їй напрямку. Така людина "знає".

Неабілітарні люди не можуть самостійно цього зробити, вони "вірить" медіа.

Стратифікувати маси за цими ознаками надзвичайно складно, оскільки маса складається з неповторних індивідів. Кожен розуміє сам, але у кожному акті розуміння людина щоразу відносить себе прийнятим нею рішенням або до абілітарних, або до неабілітарних осіб.

Таким чином, кожна людина є за певних обставин абілітарною, а за інших - неабілітарною обою. Тут є приземлення, на ґрунт рішень і дій, філософських міркувань стосовно суб'єктності та об'єктності кожної особи у спілкуванні з іншими. Там теж кожен учасник діалогу є сумішшю того й іншого поперемінно.

Тим більше ця непевність поширюється на масову верифікацію. І ще більше - на масову верифікацію з участю III.

Раніше ми писали про масовогерменевтичні фрейми як про дуже плинні, хиткі результати розуміння/інтерпретації великих мас людей. Для герменевтики масової комунікації цього було досить, їй вистачало знайти та пояснити значення.

Але теорія масової верифікації вимагатиме від науковців і практиків чіткіших рішень і точніших результатів.

Тим більше за умови існування ІІІ.

Аристотель констатував свого часу: “Більшість людей кориться швидше необхідності, ніж розуму, і страху перед покаранням більш ніж честі”.¹⁹³

Отже, є активна, діяльна меншість, а є більш пасивна та реципієнтна (піддана зовнішнім впливам) більшість. Саме активна частина людської спільноти впливає на більшість, керує нею.

А тепер з’являється найактивніший учасник усіх цих процесів - штучний інтелект. І уся картина рішучо міняється. Ясно, що він абілітарний, мабуть - найабілітарніший з усіх, хто буде верифікувати. А тоді складеться ситуація, коли конкретна верифікація генеративного штучного інтелекту щодо певної події, людини тощо - набере такого масового авторитету, що людські варіанти перевірок даних або спізняться, або будуть не такими яскравими та переконливими, як у ГІІІ.

Усе це і багато чого іншого слід ставити у порядок денний наукових пошуків щодо оновлення теорії масової комунікації, адже тут йдеться також і про комунікацію, причому саме масову.

Поки що ми пропонуємо як можливу підставу для створення моделі верифікації на основі закона Парето.

Вілфредо Парето - італійсько-французько-швейцарський економіст, філософ і, підкреслимо, соціолог, “один з основоположників теорії еліт”.¹⁹⁴

Що таке “еліта” з точки зору науки про медіа?

“Еліта являє собою багатопланове, універсальне явище, присутнє в усіх сферах життя суспільства та на усіх його рівнях <...> Проблеми формування та розвитку еліт турбують людство вже не одну тисячу років. Їм присвячували свої праці Конфуцій, Платон, Аристотель, Н. Макіавеллі, Ф. Ніцше та інші”.¹⁹⁵

¹⁹³ Цит. за: Беляева О.М. Полития как наилучшая форма правления, по Аристотелю URL <http://www.jurvestnik.psu.ru/index.php/ru/vypusk-1192013/22-2010-12-01-13-31-58/-1-19-2013/373-belyaeva-politiya-kak-nailuchshaya-forma-pravleniya-po-aristotelyu>

¹⁹⁴ Див.: URL [:https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%84%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BE_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%84%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BE_%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE)

¹⁹⁵ Толкач А.М. Теорія еліт В. Парето та Г. Моски: порівняльний аналіз URL : <http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/11229/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%82%20%D0%92.%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE%D1%96%20%D0%93.%20%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B8%20%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7.pdf>

Отже, принцип Парето, або “закон Парето”, відомий як 80/20, можемо застосувати для дослідження процесів управління верифікацією з боку еліт (20 відсотків населення) відносно решти.

Почнемо з того, що верифікація, тобто настання впевненості у правдивості чи облудності отриманого повідомлення, означає, серед інших чинників, бачення причиново-наслідкової послідовності, яка привела до настання даного досвіду. Нагадаємо, ця дія передуює дії аплікації, яка означає втілення верифікованого повідомлення у реальні дії - і вона віддільна від неї.

Таке бачення може бути послідовностями (ланцюгами) власного практичного досвіду або переконливого досвіду інших людей, неодмінно близьких - родичів, друзів, сусідів, колег. Такі послідовності вибудовуються також із знань, отриманих під час навчання або спілкування з людьми віддаленого оточення.

На побудову таких послідовностей впливає і медіасфера.

Верифікація нової інформації може або підтверджувати правильності цих послідовностей, продовжувати їх - або суперечити їм, в такому випадку виникає нова причиново-наслідкова лінія, яка, на думку особи, більше відповідає її досвіду та реаліям її оточення.

Ми знаємо, що, згідно з законом Парето, лише 20 відсотків населення мають можливості, здібності, просто здатні бачити такі ланцюги, а 80 на таке не здатні - в силу обмеженості особливостей їхніх психологічних або соціальних якостей.

Візьмемо соціальну спільноту, скажімо, країну, за населенням 100 мільйонів мешканців. 20 відсотків із них **здатні бачити** причиново-наслідкові зв'язки, і це 20 мільйонів осіб.

Тут ми розглядаємо їх у їхній цілісності, але бачимо, що вони включають у себе різні стрефи, якості, і тому результати верифікації у них відрізняються.

Власне, таке ділення може, спускаючись від сумарної маси до окремої соціальної верстви, далі до груп і мікрогруп, сягати рівня окремою людини, оскільки кожен/кожна верифікує сам/сама, хоча і під впливом інших верифікацій інших людей, отриманих або і спілкуванні, або через медіа.

Так само побудовані всередині себе і всі ті наступні п'ять рівнів верифікації, які ми розглянемо тут нижче. Але це вимагає ретельного і глибокого дослідження, на яке тут немає місця і часу.

З тих 20 мільйонів, що взагалі здатні бачити причиново-наслідкові зв'язки і на цій підставі самостійно верифікувати медійні послання, так само 80 відсотків здатні бачити короткі причиново-наслідкові ланцюги: на одну-дві дії, за тиждень-два або й місяць. Далі

така здатність для них втрачається. Верифікація зупиняється в цілому недовершеною, вона вимагає подальших прояснень, однак саме тут виявляється достатньою для саме цих людей: “Я все зрозумів!”.

Ще 20 відсотків, а це 4 мільйони людей, здатні бачити **довгі** причиново-наслідкові зв'язки. Вони подумки сягають минулих століть, скажімо, епохи Просвітництва, християнського Середньовіччя, античного або й доантичного світу. У цих віддалених ланцюгах підстав для верифікації, у їхніх початках, причинах і наслідках, такі люди бачать приклади вдалих рішень за подібних ситуацій або причини помилок і їхні наслідки. Причини перемоги Александра Македонського над Дарієм III при Гавгамелах (40 тисяч македонян вщент розгромили 160-тисячне військо персів) вони переносять на реалії своєї конкурентної боротьби, виходячи з непереборної верифікованості умов і результатів давньої битви.

Із цих 4 мільйонів ще 20 відсотків, приблизно 800 тисяч осіб, можуть у вирі події розгледіти **глибокі** причиново-наслідкові зв'язки. Наприклад, вони розмірковують щодо аксіологічних підстав прийняття рішення, або залучають свої знання ознак і можливостей настання квантової епохи у сучасних медіа.

При цьому вони не лише звертаються до подій і тенденцій світу масмедіа останньої чверті XIX століття, коли відбувалися подібні зрушення і створювалася власне масова комунікація. Вони бачать і історію його розвитку від наскельних малюнків, клинописних текстів, папірусних та пергаментних засобів аж до винаходів Й. Гутенберга і його наслідків, далі до винайдення ротатійного друку та радіо й телебачення, верифікують свої обставини з тим, що відбувалося з настання епохи інтернету. Цього їм недостатньо. Вони додають до свого розуміння і верифікації можливості квантової фізики - з появою квантових комп'ютерів, у сто тисяч разів потужніших за нинішні.

Додають і вже верифікований висновок штучного інтелекту, адже він поволі входить у будні редакцій та рекламних агенцій у вигляді ChatGPT та інших платформ, що вже конкурують одна з одною.

Усе це розкриває перед такими людьми цілковито нові можливості верифікації, пов'язані з розумінням заміни електроніки на спінтроніку, тобто залучення до цього вміння користатися змінами спіну (обертання) електронів на рівнях кубіту (управління поведінкою електрона на одній орбіті), кудіту, кутріту на кукварту (відповідно користування якими електронів на двох, трьох та чотирьох орбітах одночасно).

Ще досвідченіші спускаються у глибини філософії, у світи взаємодії чистих абстракцій, і там знаходять причини для верифікації серед законів діалектики, досвіду і наслідків боротьби різних філософських шкіл минулого і, особливо, сучасності.

Багато чого дасть для істинної верифікації масмедійних послань глибокі знання “Практичної комунікативної філософії” Карла Апеля та його прихильників, універсальної герменевтики Г.-Г. Гадамера, класиків французького структуралізму, американського біхейвіоризму та інших шкіл другої половини XX століття - хоча, слід визнати, формування нової дійсності у 2020-х роках ще ніяк не відбилося на просторах філософії наших днів.

На доказ цього наведемо результат наших власних досліджень. Пошукова машина Гугл Хром на запит “Сучасні філософські школи та течії” дала дані не пізніше 2010-2012 року. Сайт за 2021-й рік містив огляд філософських поглядів Ф. Ніцше, Ж.-П. Сартра тощо.

Розуміння причиново-наслідкових зв'язків рівня філософських глибин надає еліті цього рівня набагато більше можливостей верифікації інформації та інтерпретацій, що надходять валом щодня, а відтак оптимізує управління і світом медіа, і тими відсотками населення, які не здатні це зрозуміти або на цей момент не встигають за науково-технічним прогресом.

Однак до наступного рівня у 20 відсотків від тих 800 тисяч, а це приблизно 160 тисяч людей, належать ті з еліти, хто здатен бачити **широкі** причиново-наслідкові зв'язки. Це підстави для верифікації, отримані не лише у своєму регіоні або країні, а й у сусідніх країнах, і у дальніх сусідів, на інших континентах, у наднаціональних об'єднаннях тощо - відповідно у їх подовженості та глибині причин і можливих наслідків. Це сильно прояснює верифікацію і дає дуже сильний поштовх до прийняття рішення про те, що відбувається поруч.

Далі виокремлюємо 20 відсотків людей зі 160 тисяч, тобто близько 32 тисяч, які, разом з названими щойно можливостями, здатні бачити **високі** причиново-наслідкові зв'язки. Вони виходять із точних знань та глибоких розумінь етичних, моральних норм, духу законів (головно вимоги справедливості), догматів відповідних конфесій, а також забобонів, залишків стародавніх народних вірувань й багато чого подібного.

Дехто не вважає важливим усе це у справі масової комунікації у наші часи та за наших обставин, - але вони насправді є дуже потужними засобами управління масовою свідомістю. Такі вміння дають операторам на цьому рівні додаткові можливості управління масовими емоціями - а вони, за свідченнями багатьох авторитетних вчених (Г. Тард, Г. Лебон, С. Московічі та інші) у масі, у натовпі мають очевидну перевагу над чинниками розумовими.

Ті мільйони людей, які лишилися нижче цього рівня, опиняються у ролі зграї мавп, яким через гучномовець відтворили запис вигуку ватажка тривожним голосом: “Доц!”, - і всі побігли ховатися, хоча над ним сяяло сонце і не було жодної хмаринки.

Певна річ, масовоемоційні компоненти присутні і на інших щаблях відтворюваної нами структури - але тут вони мають особливо явний та ясний вигляд.

Врешті, лишаються ще 20 відсотків від останніх 32 тисяч, а це 6,4 тисячі людей із населення вигаданої нами країни у 100 мільйонів. Це люди, здатні бачити усі ці причиново-наслідкові зв'язки у їхній цілісності та взаємовпливові. Саме комплексність їх сприйняття підстав для верифікації складає їх силу і надає можливості вивершуватися над іншими прошарками суспільства.

Але наявності такої можливості замало. Її ще треба втілити у реальний успіх.

Так виявляються останні 20 відсотків з 6,4 тисяч, а це десь 1тисяча 280 людей, які зуміють **плідно користатися** цими своїми здібностями у практичній діяльності і вигравати за цей рахунок у конкурентній боротьбі - щоразу і повсякчасно.

Це і є лідери країн або керівники регіонів, провідні політики, видатні науковці і діячі мистецтв, маршали, керівники найбільших підприємств, компаній, банків, релігійні лідери, видатні громадські діячі тощо.

Вони і є ті, хто приймає остаточні рішення.

Тепер над ними починає вивершуватися штучний інтелект. І він, схоже, не буде визнавати авторитет Парето і дотримуватися дії його закону. Згадаймо: у “Вступі” ми писали про те, що в штучній нейромережі всі її елементи однаково і миттєво сприймають інформацію. Там немає ієрархії. В людській спільноті це не так. Крім того, елементи III сприймають інформацію без перекручень.

Закон Гумбольдта-Потебні у світі III теж не діє.

Наскільки той медіапростір є досконалішим за наш - вже можемо здогадуватися. Але бачимо, що він не буде органічним для людей. Ми не такі. Ми не машини.

Тож як нам бути разом?

Це та реальність, з якою ми тепер маємо справу.

І вже маємо це науково осмислювати.

Однак поки що в ній, на наш погляд, лишаються актуальними положення відомої нам і визнаної нами теорії класичної комунікації, яку ми тут намагаємося осучаснити.

Назвемо запропоновану нами теоретичну структуру з п'яти спеціальних теорій “3+1+1” з її рівнями поступового наближення до верифікації Малою (перевернутою) пірамідою.

Далі спробуємо створити Велику піраміду, що включатиме у себе і нові, вищі, більш загальні наукові теорії, і це теж ті, які ще слід створити у структурі оновленої теорії масової комунікації.

Ця нова структура вже вимагатиме для себе нової назви, оскільки матиме іншу сутність.

Певна річ, як і будь-яка модель, ця Мала піраміда має досить приблизний, спрощений та усереднений характер. До неї можна (і слід!) робити скільки завгодно уточнень, додаткових стратифікацій або навіть спростувань - от тільки не можна робити відкидань. Не дозволить закон Парето, з якого ми розпочали наші побудови одного з наріжних каменів теорії масової верифікації як результуючої частини оновленої теорії масового спілкування.

4.3. Оновлена теорія як цілісність: Велика піраміда

До цього місця ми, розглядаючи п'ять складових майбутньої надтеорії, зосереджувалися на їхній природі в умовах нового етапу інтернет-епохи - наявності штучного інтелекту та появи квантових комп'ютерів та квантового інтернету.

Однак вважаємо за корисне і навіть необхідне піддати критиці цю побудову з боку теорії систем - однієї з найбільш розвинених і запитаних у сучасній науці.

Вище ми писали, що будь-яка теорія є системою. Власне, все, що ми знаємо, як і те, про що ми не знаємо (хаос), і навіть ми самі, є системами. Все містить у собі підсистеми та являє собою підсистеми для більших систем.

Осучаснена класична теорія масової комунікації, яку, на нашу думку, ми вже почали розвивати, дала нам структуру теорій "3+1+1", де перші "3" складають теорію створення послання, а далі "одинички" означають дії масових комунікації та верифікації.

Однак тепер додамо до цієї системи ще один елемент: можливість і необхідність змінюватися, тобто розвиватися або занепадати.

Це цілком природно, як казали філософи, єдине, що є незмінним у цьому вічно змінюваному світі - це його змінюваність.

Але як відслідковувати такі зміни не у окремих елементах у Малій піраміді, а в них разом? Як керувати ними, якщо в цьому буде виникати потреба?

Система вимагає дисципліни, контролю, керування. Має бути створена теоретична конструкція, яка буде розглядати всі п'ять теорій не по їхній окремішності, а в цілісності та у їхній взаємодії, в їхніх спільних станах та процесах - і така конструкція має бути розташована поза межами системи Малої піраміди.

Це означає, що є потреба зробити над ними п'ятьма ще теоретичну надбудову з вищими науковими повноваженнями, тобто така теорія та наукова дисципліна, без якої вся система не набуде цілісності, досконалості і завершеності.

Але тоді складеться більша, остаточно велика система, і в ній запрацює її цілісна й ефективна структура.

Вище за текстом ми вже приступалися до такої думки.

Тепер переходимо до прикінцевого акту осучаснення теорії масової комунікації - до створення її Великої піраміди, в якій має остаточно оформитися пропонована нами нова масмедійна теоретична система.

У ній кожен її елемент лишається при повній науковій самостійності щодо власних постановок задач та їх розв'язання, винесення результатів та оцінок і викриття недоліків та їх виправлення.

Маса різнонаправлених процесів по п'яти ділянках напруженої наукової праці буде здаватися хаотичною і сумнівною, якщо не буде працювати група вчених, які стануть охоплювати своїми дослідженнями та висновками і порадами цілу картину на всіх ділянках 3+1+1 разом, як ціле і суцільне.

Лише тоді почне прояснюватися та отримувати переконливі висновки у її станах та рухах ціла картина руху справ у нашій великій науці про масмедіа.

Словом, для завершення усієї роботи нам слід створювати таку теоретичну структуру, яка мала би назву теорії управління масовою свідомістю або, ширше, теорії взаємодії з нею. Можливим є навіть створення обох таких теорій: і управління, і взаємодії, для обох вистачить їхніх окремих предметів дослідження.

Однак не будемо переускладнювати задачу: в разі потреби виникнуть дві теорії на місці пропонованої нами тут однієї.

Вона реально має бути створена як окрема наукова дисципліна. Її статус можна визначити як "теорія теорій", а її предмет діяльності - викладені нам попередньо наукові теорії. Це і є тим головним, що складає саму суть такої найбільш абстрактної частини усієї піраміди теорії масмедіа.

В ній не будуть перейматися прагматикою, усі практичні дослідження і висновки до них робитимуться на нижчих наукових рівнях. В ній не будуть зацікавлені навіть у постановці задач для кожної з п'яти теорій, і не даватимуть точних оцінок результатам їх розв'язання.

Її предметом має бути дотримання кожним з наукових колективів у нижчих п'яти теоріях принципів науки, академічної доброчесності, актуальності основних напрямів пошуків, оцінки відкриттів та актуальності подальших розвідок.

Тому в ній самій має бути створена частина, в якій вчені, здатні мислити фундаментально, будуть створювати теоретичний рівень "філософії масового спілкування".

Оце і буде верхівка на вершині, вона і завершить всю Велику піраміду як результату осучаснення колишньої класичної теорії масової комунікації.

Така надсистема має рівною мірою займатися і станами, і процесами у ніжній, Малій піраміді.

Наприклад, вже нами поставлене питання розведення понять “масова комунікація” та “масове спілкування” як основних у нашій теорії. Його поставлено - але рішення по ньому ще немає. Навіть немає згоди щодо правомірності та потрібності постановки такого питання.

Нижче ми поставимо питання про співвідношення понять “масова аудиторія” та “масова свідомість” - це ще один приклад того, якого рівня теоретичні задачі мають вирішуватися на цьому науковому рівні.

Ми бачимо, що у рамках жодної з п’яти теорій його ставити не можна, воно не входить до їхніх предметів дослідження. Саме ця теоретична надбудова і має займатися питаннями такого рівня: їхньою історією, станом на сьогодні, суперечностями у актуальних трактовках, їхньою прагматикою та перспективами. І станами усіх нижчих теорій, і важливими процесами, що розгортаються всередині них та між ними. І метафізикою, і діалектикою, оскільки це буде рівень саме філософії масмедіа.

І все це має робитися в умовах зростаючої участі ШІ і цих процесах.

Український вчений і провідний засновник вітчизняної теорії масової комунікації професор В.В. Різун тричі вказав у його книзі “Теорія масової комунікації”, що єдиною причиною творення масовокомунікаційних процесів є прагнення впливати на масову свідомість. Суб’єкт-об’єктна сутність її не може не викликати цікавості дослідників, оскільки розриває принципову інтерсуб’єктність масового спілкування, підміняє їхню діалектику грубою метафізикою одномірності.

Вище ми вже писали, що метафізика є можлива і навіть необхідна - так само, як сьогоднішній аналіз у медичному закладі є “зупиненою миттю”, але він дозволяє краще побачити розгортання у часі процесів одужання.

Та термін “управління” з багатьох міркувань видається неприйнятним, навіть обурливим для багатьох медійників.

Тому ми тут вносимо пропозицію, яким чином можна зняти увесь негатив, який у ньому відчувається.

Суб’єкт-об’єктні стосунки можуть бути, і мають бути нами досліджені і на тому напрямку, який нам здається поки що основним: від журналіста, рекламіста, піарника до їхньої цільової аудиторії. Саме вони є одночасно і суб’єктом, і об’єктом масмедійних процесів, а по суті - їхньою сумішшю та щоразу показують баланс їхніх співвідношень. У

наших практичних діях у ЗМІ та у наших наукових дослідженнях ми щоразу робимо акцент або на їхній керованості (об'єктності), або на їхній незалежності (суб'єктності).

Однак протилежні стосунки, від джерела інформації до медійника - теж є відносини суб'єкт-об'єктні. Так було раніше - читач сам вибирав, що йому читати. Це загострилося в умовах діджіталізації: посилилася можливість для читачів вступати у дискусії та навіть самим легко ставати медійниками.

І вони теж мають бути досліджені - за тієї умови, що інтернет-медіа нині переповнені різними чатами, форумами тощо, в яких вплив на авторів з боку читачів наявний і, можливо, навіть перевищує вплив авторів на аудиторію.

Штучний інтелект поки що є переважно об'єктом, його поки що вчать. Але його суб'єктна суть дедалі швидше зростає і охоплює все більші простори на різних ділянках сучасного життя, у тому числі у масмедіа.

А тоді ця дещо неповноцінна, ополовинена за своїм предметом позиція щодо управління масами через медіа - природнім чином переростає у наступну, а саме у теорію **взаємодії** з масовою аудиторією та з масовою свідомістю.

Вона і має стати завершальною у створенні такої складної і розвиненої системи теорій. Разом в системі вони могли би більш-менш адекватно відобразити такий надзвичайно складний шар людського співіснування, яким є саме масова комунікація.

Сучасний вигляд будь-якої теорії має бути досконало системним, структурованим, він не може не відповідати тим 18 вимогам до системи, які ми виклали вище. Жоден послаблений чи відсутній пункт рано чи пізно ламає усю систему, якщо науковці не попередять вчасно по всій структурі про небезпеку.

Однак, згодимося, теорії виникають і зникають. Причиною зникнення є, як правило, те, що вони перестають відповідати новим обставинам. Власне, у нашому випадку ми саме тому і взялися осучаснювати класичну теорію масової комунікації.

А поки теорія живе і працює, вона випрацьовує пропозиції щодо правил. У точних науках їх так і називають: закони природи. Фізики їх не вигадують, вони їх відкривають.

У науках гуманітарних ми досліджуємо не створені природою закони, а ті, які встановили люди. Тому вони мають іншу сутність. Вони не обов'язкові, а рекомендовані. Щось подібне фізики бачать у квантовому світі.

Так само має бути і при спілкуванні з усе більш потужним ШІ. Як він впишеться у систему наших законів, етичних правил? Йому вже закидають вимогу шанувати нашу етику, навіть є термін "етика штучного інтелекту".

Від вимог стурбованих експертів щодо встановлення законодавства про ШІ - уряди розвинутих країн вже переходять до дій.

19 листопада 2023 року було опубліковано важливий матеріал “Німеччина, Франція та Італія спільно розробили план регулювання ШІ”:

“Згідно з документом, уряди трьох країн виступають за ухвалення обов'язкових зобов'язань як для великих, так і для малих постачальників ШІ в Євросоюзі. <...> Правила поведінки й прозорість повинні бути обов'язковими для всіх. <...> Може бути створена система санкцій, і в майбутньому за дотриманням стандартів стежитиме європейський орган.

Раніше Національний центр кібербезпеки Британії заявив, що штучний інтелект (ШІ) становить загрозу для наступних парламентських виборів в країні <...> Перед цим Велика Британія, США, ЄС, Австралія та Китай погодилися з тим, що штучний інтелект (ШІ) становить потенційно катастрофічну небезпеку для людства, уклавши першу міжнародну декларацію, присвячену цій швидкозростаючій технології.

Влітку британська влада попередила про ризики використання чатботів, керованих штучним інтелектом, стверджуючи, що їх можна обманом змусити виконувати шкідливі завдання”.¹⁹⁶

Події розгортаються швидко: “Президент США Джо Байден у жовтні видав указ про регулювання штучного інтелекту, намагаючись зменшити ризики, пов'язані з технологією. У серпні цього року Китай також ввів в дію правила щодо контенту, створеного штучним інтелектом <...> Європейський Союз не зміг у четвер (07.12.2023 - В.В.) укласти угоду щодо масштабного закону про штучний інтелект після майже 24 годин переговорів, але пообіцяв продовжити переговори наступного дня. Брюссель хоче затвердити перший у світі комплексний закон про штучний інтелект до кінця 2023 року після того, як проблема набула більшої гостроти, коли минулого року бот ChatGPT засліпив світ, продемонструвавши швидкий прогрес ШІ”.¹⁹⁷

Словом, до нашої системи додався новий і дуже активний новачок. Систему співпраці з ним ми поволі переглядаємо, її структуру теж. Маємо встановлювати і нові правила. Відтак мають бути послідовні пропозиції від теоретиків - на підставах досліджень, аргументів, висновків.

Відомий діджітал-експерт Касперський так висловився відносно використання штучного інтелекту:

¹⁹⁶ Німеччина, Франція та Італія спільно розробили план регулювання ШІ – ЗМІ. URL : <https://www.epravda.com.ua/news/2023/11/19/706763/>

¹⁹⁷ ЄС відновить переговори щодо першого у світі закону про штучний інтелект. URL : <https://portaltele.com.ua/news/officially/yes-vidnovit-peregovori-shhodo-pershogo-u-sviti-zakonu-pro-shtuchnij-intelekt.html>

“По-перше, регулювання потрібне. Без нього ситуація в ІІІ стане схожою на автодороги без правил дорожнього руху. <...> Негулювання має бути не надто жорстким, тому що галузь динамічно розвивається, і душити її недалекоглядно. При цьому потрібен механізм частого перегляду правил, щоб встигати за розвитком технологій та ринку”.¹⁹⁸

Фактично створення повноцінної Великої піраміди з шести або й семи теорій виглядає як “3+1+1+N”, де “N” та сама шоста або шоста-і-сьома теорія, і означатиме формулювання порад та настанов, які вже стануть певним дороговказом для всіх колег, особливо цінним за умов відсутності законодавчих актів, що регулювали б відносини у цій сфері.

¹⁹⁸ Что нам делать с искусственным интеллектом? URL : <https://eugene.kaspersky.ru/2023/05/18/ai-government-regulation/>

РОЗДІЛ V.

ПЕРСПЕКТИВИ ВЗАЄМОДІЙ НОВОЇ НАДТЕОРІЇ

Світова наука є системою з сотень окремих наукових дисциплін, кожна зі своєю складною структурою, з рівнями експериментальними, спекулятивними та фундаментальними. Поширеними є і міждисциплінарні утворення: біохімія, астрофізика тощо.

Своє місце в їхній піраміді (навіть з “медіафілософією” нагорі) мала і класична теорія масової комунікації. У нашій монографії від 2014 року ми прагнули довести її фундаментальний характер, оскільки її предметом фактично є весь світ, а її результати мають вплив на все людство.

Однак тепер доводиться зізнаватися, що ми дещо поспішили з таким висновком десять років тому. Тоді до КТМК “за умовчанням” включали не лише передавання як таке, тобто власне комунікування, а й все, що йому передувало та наслідувало.

Вагомі підстави для твердження про фундаментальний характер нашої теорії почали з’являтися тільки тепер, коли ми приступилися до оновлення тієї класичної теорії - аж до створення на її фундаменті нової надтеорії взаємодії з масовою свідомістю.

Ми зробили спробу розібратися глибше у суті справи, запропонували проєкт нової наукової структури, яка, сподіваємося, викличе як підтримку, так і заперечення колег аж до її повного відкидання. Це нормально, саме так наука і розвивається. Та й зміни, запропоновані нами, надто вже рішучі - але такими вже революційними є сучасні зміни в реальності, які не можна ігнорувати.

Настав час зробити спробу побачити усю оновлювану теорію як цілу і цілісну структуру в її внутрішніх зв’язках між окремими теоріями - і в нових медійних умовах, в яких штучний інтелект поволі стає рівноправним гравцем, вже не тільки помічником, а й творцем медіапродукції, а згодом може стати менеджером і власником медій,

Ми візьмемо цю систему теорій до розгляду також у оточенні інших наук. Назву її настане час обговорити нижче.

Системних досліджень стосунків осучасненої медіатеорії з її теоріями-компонентами немає, і їх не могло бути. Така система стосунків починає розроблятися тут і зараз.

Спробуємо зробити це в трьох вимірах:

- в “горизонтальному” - між усіма п’ятьма теоріями як рівними елементами, з шостою в кінці;

- між ними ж у “вертикальному вимірі” - у рухові думки автора від задуму при надходженні інформації (як початкової дії) через їхні послідовності у інтерпретуванні та емоційній оцінці через комунікацію на маси аж до прикінцевих лій, якими має займатися теорія верифікації;

- на третьому, “зовнішньому” етапі розглядатимемо, як нова, створювана за принципово нових умов, надтеорія має співіснувати-співпрацювати з сусідніми, дотичними до неї та корисними для неї науковими дисциплінами.

Передовсім, слід розглянути її стосунки з фундаментальними науками.

Серед них філософія має бути підґрунтям до нашої осучасненої теорії, якою вона була і для її класичної версії. Основним питанням філософії є питання про співвідношення свідомості і матерії - що з них первинне. Воно розвивається далі і пропонує відповіді щодо пізнаваності світу, його змінюваності та, відповідно, його керованості.

Їх необхідно ставити та теоретично з’ясовувати відповідно до управління або самоуправління масовою свідомістю.

Особливо це важливо в умовах співіснування та співпраці з машинною “свідомістю”. Тут виникає величезна кількість проблем і для філософів, і для теоретиків-медійників фундаментального рівня мислення.

Вимагає свого переосмислення за нових умов і філологія у її стосунках з масмедіа. Передовсім нам цікава загальна теорія мови, адже вербальна комунікація є і завжди залишиться основою людського спілкування і нашої участі в ньому.

Тепер мову опанувала і машина. Що вчені-філологи про це думають, як вони пояснюють нову реальність, і які їхні висновки можемо покласти в основу наших досліджень на цих теренах?

Ми не включили тут до розгляду математику - з очевидних причин. Точні і природничі науки мають зовсім інші предмети своєї діяльності.

Науки середнього рівня, спекулятивні, так само і нижчі від них прикладні, експериментальні науки - теж мають власні теоретичні та методологічні простори. Деякі з них передбачають як важливу для себе співпрацю з теорією масової комунікації, точніше з тією осучасненою тут теорією, яка вже переростає свою попередню класичність і увібрала “стару” КТМК до себе як свій структурний елемент.

Це також теорія знака та знакових систем - семіотика, це соціальна психологія, це соціологія та політологія й низка інших наукових дисциплін. Для нас головним в них є те,

що вони є цікаві нам, і ми є цікавими для них з точки зору взаємного використання результатів досліджень.

Маємо велику надію, що колеги з цих наукових дисциплін побачать користь у поєднанні своїх зусиль з нами - за так само нових для них умов.

А почати треба із взаємного узгодження інтересів та, далі, щодо обміну результатами або навіть проведення спільних досліджень. Такий досвід є, це багаторічна співпраця Академії української преси та Інституту соціології. Тоді, на підставі їхніх висновків, виникнуть спільні питання для обговорення та досліджень, висновків та порад для практиків.

5.1. Горизонтальні зв'язки п'яти основних теорій-компонентів

У подальших міркуваннях будемо виходити з того, що журналіст, рекламіст, піарник є професіоналами з спеціальною освітою, тобто, можна сподіватися, з глибокими знаннями і, напевно, з належним досвідом практичної діяльності у своїй сфері. Вони не є недовченими людьми з середньою освітою або перевченими вчителями, перекладачами чи менеджерами.

Професіонали розуміють, що у розгортанні своєї діяльності вони спираються, передовсім, на наявність інформації, яку треба знайти, осмислити та поширити серед цільової аудиторії - групової, міжгрупової, соціальної, аж до масової.

Непрофесіонали прагнуть самовиразитися або й просто виконати на свій розсуд дане їм від керівництва завдання.

Якщо інформація відсутня, зникають підстави і для інтерпретування: неможливо інтерпретувати те, чого немає.

А якщо відсутні і інформація, і її інтерпретація - немає підстав для виникнення масових емоцій.

Отже, масмедіа як величезна система стоять на наявності великих масивів масової інформації як на своєму фундаменті.

А теорії масової інформації (ТМІ), як ми вже показали вище, нема.

Її треба починати створювати просто зараз і від самого початку. Не зробивши цього - неможливо буде рухатися дал. Це далі має бути рух:

- через вже створену теорію масової інтерпретації -
- через нині створювану в Києві теорію масових емоцій -
- кризь класичну теорію масової комунікації -
- до теорії масової верифікації -

- і навіть за неї, до теорії соціальної дії.

Вище ми показали, що деякі ідеї, важливі для створення теорії масової інформації, можна знайти по окремих монографіях. Тепер ці напрацювання треба звести у єдиний текст і починати його розвивати за всіма законами створення нових наукових теорій. Звідси почнеться розуміння завдань створення рівноправних, ніби горизонтальних відносин між елементами Малої піраміди.

Лише коли ТМІ буде створена, і не раніше, можна починати вибудовувати на ній, як на наріжному камені, за нею, усю систему надтеорії, а також і її структуру, тобто відносини між елементами системи.

Тепер уявімо собі, що ТМІ вже розроблена, виглядає ґрунтовною і переконливою і вже має визнання в науковому світі, викладається в університетах і служить реальною підставою для прийняття рішень медійниками-практиками, від кореспондента до топ-менеджера та власника.

Це буде реальний крок до створення нової системи теорій. Наголосимо ще раз: без цього вона не зможе скластися.

Отже, в створюваній системі є п'ять основних теорій, які можна розташувати у послідовності, що нагадує горизонталь, де всі є на одному рівні, всі однаково важливі.

Однак слід відкинути механістичне уявлення про їхні зв'язки в такому розташуванні. Від теорії до теорії передавання йде в дуже складний спосіб, не як посилки на пошті.

Побачивши вперше інформацію, медійник вже починає оцінювати її важливість та цікавість для себе, але головне - для своєї цільової аудиторії. І він вже оцінює отримане з боку придатності його до ефективної інтерпретації - чи дасть вона потрібне герменевтичне "відлуння" у читача? Оцінює одразу і можливість "накачати" її емоціями: які саме почуття, і наскільки сильні, вона зможе викликати в душі уявного "середнього" читача.

У своєму рішенні щодо даної інформації ("Беру? Не беру?") медійник, ще не виходячи зі межі теорії масової інформації, вже ніби наміряється вступати в межі теорій масової інтерпретації та масових емоцій.

Але тільки наміряється. За межі ТМІ не виходить.

Коли рішення прийняте ("Беру, тут можна і пояснити добре, і розчулити сильно!") - справа повністю і послідовно переходить до наступних теорій. В них відбувається остаточне мисленнєве опрацювання і практичне втілення вже прийнятих рішень у словах, картинках, звуках тощо.

Відбувається і неunikненне перекозчення тієї інформації, яку перед цим оцінив з усіх боків досвідчений професіональний медійник, поки ще не виходив за межі теорії масової інформації.

Остаточні рішення приймається тоді, коли послання передають для опублікування: “Все! Даємо в вечірніх новинах”, “Добре, ставимо на сайт зараз”.

Остаточний результат виступу медіа бачимо тільки після його масової верифікації: “Чи піднялися продажі після нашої реклами?”, “Чи показують соціологічні опитування зміни настроїв виборців?”.

Саме за такою схемою розгортається творчий процес, який слід буде описати у наших п'ятьох теоріях.

Ми їх, взяті разом, вже назвали надтеорією.

Але з цим висновком ми раніше поквапилися. Вище ми показали, що цих п'яти вихідних теорій замало. Горизонтальний рух медіадіяльності після п'ятої теорії ніби зависає у повітрі, як на недобудованому мосту, який не дотягли до протилежного берега.

Увесь простір масового спілкування є набагато ширшим, аніж той, що його охоплює ця запропонована п'ятиланкова структура.

За ними, як ми вище показали, має бути створена інша, більш загальна теорія із своїми власними предметами, задачами тощо.

Ми назвали таку структуру Великою пірамідою, на відміну від Малої піраміди, складеної за схемою “3+1+1”.

Схема Великої піраміди така: “(3+1+1)+N”, де “N” це щойно запропонована надтеорія, або, можливо, й дві. Це свого роду “філософія масмедіа” з деякими правами контролю та управління науковою діяльністю в теоріях, які розташовані перед нею.

Як її або їх - назвати? Питання досить складне і потребує точності і безваріантності, а також спільної згоди наукової більшості.

Ми пропонуємо до розгляду і обговорення такі варіанти:

1). Теорія управління масовою **аудиторією** - але вона більше стосується тоталітарних, авторитарних моделей медіа.

2). Теорія управління масовою **свідомістю**. Це поняття значно ширше попереднього, але воно виходить за межі масмедіа до теренів соціальної психології - і лишає нас у сфері тоталітарних та авторитарних моделей ЗМІ, оскільки акцентує нашу увагу саме на “управлінні”.

Однак ми лишаємо теоретичну можливість притягнення, якоюсь мірою, задач дослідження масової свідомості до теренів нашої науки.

Надто вже близько стоять для нас поняття масової аудиторії і масової свідомості.

Відносини між поняттями масової аудиторії та масової свідомості є, по суті, відносинами між формою та змістом. Воно ґрунтовно опрацьовано філософами: “форма суттєва, сутність сформована”. А їх розривати непродуктивно. Тому, можливо, надалі ми

будемо більш уважні до поняття “масова свідомість” - ще й через те, що саме там мусимо шукати матеріал для теорії масової верифікації та для оцінок результатів нашої праці.

Наприклад, як тільки рекламисти починають досліджувати прихильності, сподівання, надії своєї цільової аудиторії - вони входять саме у простори масової свідомості.

3). До переважно соціально-відповідальної та лібертаріанської моделей ЗМІ пропонуємо назви:

- теорію **взаємодії** з масовою аудиторією;
- теорію **взаємодії** з масовою свідомістю.

Попередні міркування щодо співвідношення аудиторії та свідомості тут актуальні - але як відноситися до заміни “управління” на “взаємодію”?

(Ось де нам знадобляться зусилля і результати теоретичної надбудови “N” для уточнення значень!).

Зосередимося на цьому питанні.

Нагадаємо: перші три з п’яти теорій (3 без 1+1), узяті разом, складають “теорію створення послання”. До неї додаються, задля їхнього розвитку, просування та досягнення медіарезультатів, теорія масової комунікації та теорія масової верифікації. Їх не можна, принаймні не слід, без особливих потреб, розділяти, вони існують окремо, але діють тільки разом. І вже напевно тут не слід визначати, яка є нижча, яка вища - вони між собою рівні і тут така їхня послідовність розглядається нами як суто умовна.

Звернімо увагу, що подібну структуру понад сто років тому створили батьки-засновники американської паблік рилейшнз.

Спочатку вони пробували диктувати масовій свідомості свої висновки - без врахування будь-яких обставин.

Потім прагнули керувати нею, тобто стали враховувати багато чинників, знання та використання яких просували їх ближче до успіху в умовах спротиву “людського матеріалу”.

Потім почали звертатися до неї, зважаючи певною мірою на зміст її відповідей.

А вже потім почали пробувати взаємодіяти з нею, тобто зважати на її прагнення, враховувати її інтереси тощо.

Це цілком логічні переходи, їх здолали протягом двадцяти років першопрохідці паблік рилейшнз і лишили нам цей досвід як зразок.

Цілком, на нашу думку, актуальний і нині.

Все це, не маємо сумніву, добре відомо і зрозуміло медійникам. Питання тепер у тому, щоби визнати як правильну таку структуру оновленої теорії - а водночас впустити у цю систему, і до її структури, генеративний штучний інтелект, чий вже фантастичні можливості

скоро підсиляться надпотужними квантовими комп'ютерами, з'єднаними у квантову мережу.

5.2. Вертикальні залежності основних теорій

Тепер слід більш ретельно розглянути інші внутрішні зв'язки між цими теоріями, якщо їх уявити розташованими вертикально, у певній ієрархії.

Такий спосіб їх розташування ґрунтується на тому, що, від низу до верха, стають дедалі ширшими предмет і мета кожної із цих теорій.

Зосередимося тепер на проясненні того, як “нижні” теорії, що мають справу з власне подією, далі з її наступною інтерпретацією та її масовоемоційним забарвленням, подають вже прийняті рішення “нагору”.

Саме там складається остаточне послання, там настає момент його поширення у соціальних сферах. Далі медіасвіт закінчується, йде його засвоєння масами та прийняття, кожним з маси, а потім її частиною, можливо й більшістю, або навіть усіма, - рішення щодо користування викладеним у ньому меседжі як закликів до дії.

Три теорії “внизу”, що створюють підґрунтя для усієї надтеорії, описують процеси створення масовоінформаційного послання.

Вони починаються (і для нас, і для ІІІ) від стану відсутності інформації. Визнання цього є принципово важливим, інакше ми не побачимо дещо дуже важливе у всій справі - а саме момент появи інформації для медійника з хаосу як з невідомого.

Це явище описано в науковій літературі - і сам цей процес, а навіть і природу і систему невідомого (хоч це і видавалося спочатку дивним: як можна зрозуміти природу і систему того, про що ми нічого не знаємо).

Ці кроки до перетворення ентропії як одиниці міри відсутності інформації на “вже-інформацію” у вигляді “першорозуміння” нам вдалося детально описати у одній з попередніх монографій.¹⁹⁹

Отримана інформація медійником оцінюється, з її маси відбирається потрібне, обране піддається літературно-публіцистичній обробці.

Як медійники це роблять, описано в численних підручниках і монографіях.

Як це робити з допомогою ІІІ - вже починають описувати сучасні дослідники:

“Ініціатива JournalismAI, яка допомагає новинним організаціям відповідально використовувати штучний інтелект, дослідила, як ІІІ змінює журналістський ландшафт і

¹⁹⁹ Владимиров В.М. (2014), Проблеми розуміння й інтерпретації у соціальній комунікації, Видавничо-поліграфічний центр ». Київський університет", Київ, 623 с.

як новинні організації адаптуються до цього. Від квітня до липня 2023 року дослідники опитали понад 120 редакторів, журналістів, технологів і медійників зі 105 малих і великих редакцій із 46 країн світу. Вони розповіли про свій досвід використання штучного інтелекту”.²⁰⁰

Як це робитиме сам штучний інтелект - ми не знаємо, і навіть інженери, його творці, дивуються тому, як ШІ створює свої тексти на наші запити, як додає свої власні інтерпретації.

Як це буде відбуватися за участі штучного інтелекту або, далі, як сам штучний інтелект буде це робити - ще належить осмислити і описати і конструкторам ШІ, і дослідникам та аналітикам медіа.

Висновки можуть нас неприємно вразити: ШІ може виявитися тут більш вправним, аніж людина. Навіть напевно виявиться, такими є особливості його способу “мислення”.

Однак спробуємо подивитися на всю цю піраміду створення послання по-новому.

Готові 5 дабл-ю, тобто чиста інформація, можуть одразу бути відправлені цільовій аудиторії без коментарів. Наприклад:

“Матч “Динамо” - “Карпати” 12 травня у Львові закінчився з рахунком 2:1”.

Інтерпретації, емоції тут залишені на волю читача. Тут навіть ШІ нічого не зможе ані додати, ані прибрати. З людей хтось оцінить цю подію так, хтось інакше, хтось зрадіє, хтось засмутиться - і все.

А як це буде у різних за програмами штучних інтелектах? Дуже цікаве запитання, чи не так? Можливо, нам слід очікувати появи нової наукової дисципліни - “психології ГШІ”.

Але і медійникам, і нам, вченим, і масі футбольних вболівальників цікавіше, якщо та 5 дабл-ю будуть відправлені “вгору”, на наступну щабель створення послання. Автор послання починає інтерпретувати їх таким чином, щоб викликати потрібну інтерпретацію у читачів.

Запропонована інтерпретація, винесена на масову аудиторію, викликає масові емоції. Це “важлива перемога” для одних, це “ганьба!” для інших, (“Скільки можна програвати у себе вдома!”).

Це тонка гра для автора, тут потрібна справжня майстерність, її спортивний журналіст набуває роками і щоразу витрачає дуже точно і влучно.

Чи зможе тут “грати” безпомилково штучний інтелект?

²⁰⁰ Що редакції очікують від ШІ URL : <https://mediamaker.me/shho-redakczyi-dumayut-pro-vprovadzhennya-shtuchnogo-intelektu-opytuvannya-journalismai-5368/>

Зможе. Вже може. Про це свідчать перші успіхи ШІ-блогерів, які вже мають сотиссячні аудиторії і співпрацюють із солідними рекламними фірмами.

То що медійникам зараз робити, куди рухатися, чого чекати і за що боротися?

Науковцям масмедіа треба давати повноцінні пояснення і реальні рекомендації.

Вони потрібні вже тепер.

Їх брак призводить до послаблення наших позицій і перехід ініціативи від нас до машини.

І тут треба більш детально зупинитися на наступному етапі: насичення послання змістовними елементами, які мають викликати масові емоції в цільовій аудиторії.

Тут, на наш погляд, є найскладніша частина усієї роботи для штучного інтелекту. І найбільша надія для нас.

Машина не вміє ані сердитися, ані радіти, ані любити, ані ненавидіти. Можна припустити, що це йому і не потрібно. Йому буде цілком досить переконливої імітації, щоб маси людей повірили у його щирість і незамінність.

У цьому полягає, без сумнівів, головна, навіть найголовніша відмінність машини від людини.

І ШІ вже трохи вміє імітувати головні людські емоції.

Напевно, це його вміння буде вдосконалюватися.

Попри те, що машина завжди буде імітувати емоції, вона врешті навчиться це робити так вправно, так переконливо, так щиро, що в масовій свідомості їй почнуть вірити. І масова аудиторія почне їм коритися.

І це буде означати повне підкорення масової свідомості штучному інтелекту.

Тут пролягає головна “червона лінія”, яку ми дозволити йому переходити не можемо. Інакше ми вже не вирвемося з машинних обіймів. Молоді дівчата почнуть закохуватися у штучних героїв, хлопці - в чарівних дівчат з монітора, претенденти на гарні посади стануть лестити машині або обмовлювати своїх конкурентів.

І ця соціальна поведінка, звична для нас, одного разу приведе ШІ до повної влади над людьми.

Ми маємо протистояти цьому, не лише ми, але ми в перших рядах - науковці медіасфери. Разом з вченими інших наукових дисциплін.

Цю позицію нам здавати ніяк не можна, за нею - безодня і безвихідь.

Ще вищий щабель дасться штучному інтелекту найлегше. Це - масове передавання готового послання на цільову аудиторію. Вже зараз мережеве спілкування залюбки впускає ШІ до своїх творчих лабораторій та каналів масової комунікації.

Але поки що це саме люди пускають ІІІ туди. Якщо він почне входити туди сам - це означатиме, що ми втратили над ним контроль.

Як цьому запобігти?

В інтернеті вже часто з'являються публікації про те, що законодавство, тобто держава, мають створити кодекс законів про ІІІ та запровадити реальне правозастосування щодо нього. Точніше, щодо людей, які ним керують, поки він не став керувати ними на підставі законів, виданих на його користь. Або, пізніше, і створених ним самим і ним же затверджених.

Пишуть в мережі і про необхідність створити етичний кодекс використання ІІІ, або такий кодекс, який змушені були б визнавати не лише люди як морально свідомі істоти, але й ІІІ - та які були б закладені, як і закони, до програм кожного генеративного штучного інтелекту.

Тим часом, від появи інформації, через інтерпретування та насичення емоціями, послання збагачується різними інструментами впливу на масову аудиторію. Необхідно відстежувати, що з цього інструментарію ІІІ вже опанував і використовує, а чого його ще не навчили автори його програм та він не навчився сам.

Серед цих інструментів маємо виділити такі, які в принципі не треба віддавати ІІІ, бо вони його надто посилять. Це мають бути можливості вкидання недостовірної інформації на початку творчого процесу, викривлення нормального інтерпретування або зловживання емоціями маси читачів.

Щодо масової верифікації - тут штучному інтелекту взагалі буде найскладніше, оскільки вона є найбільш метафоричним поняттям серед масової інформації та масової інтерпретації. Її як чогось суцільного і певного нема, як і масових емоцій. Вона щоразу розсипається на кількість індивідуальних верифікацій: кожен робить висновки самостійно, хоч і під певним впливом оточення та медіа. Але емоції легше піддаються омасовленню. А прийняття рішень більше піддане розумовому розрахунку і тому ведеться за індивідуальним інтересом кожної особи.

Але величезна потужність та швидкодія ІІІ разом з квантовими комп'ютерами можуть дати йому можливість впоратися і з цим, тобто відслідковувати реакцію кожного з мільйонів або й мільярдів споживачів даного послання.

Більше того, така можливість пошириться і на масову аплікацію, тобто на соціальну дію мас. А її теж буде легко відстежити по кожному з реципієнтів. І, хоч це вже буде за межами нашої сфери діяльності і наших теорій, нам це не однаково, оскільки саме в масові аплікації і виявляється в кінцевому рахунку результат усієї нашої Великої піраміди теорій як остаточне визначення рівня професійності на усіх етапах нашої медіадіяльності.

5.3. Зовнішні залежності оновленої медіатеорії

Тепер настав час більш ретельно розглянути зовнішні зв'язки кожної із цих теорій, розташованих і горизонтально, і вертикально, як і усієї створюваної надтеорії.

Тут в науковому осмисленні допоки теж маємо цілком драматичний хаос у вигляді або непоставленої задачі, або у різноманітних і однаково необґрунтованих рішеннях і діях. Наприклад, у Польщі наша наука відноситься до соціології. У Росії - до філології. І те, і друге незрозуміло і порушує фундаментальні закони науки.

В Україні до 2008 року журналістика (а з нею і реклама, і піар) теж відносилася до філологічних наук.

Неспівпадіння цих наук було просто кричущим, і це відбивалося на повсякденній роботі медіазнавців.

Рішення було знайдено у створенні нового наукового напрямку - "соціальні комунікації".

Соціологія, однак, має зовсім інший предмет, це власне суспільство, його стан, його динаміка, його проблеми. Однак в англomовному світі ця істина не визнана і не осмислена. Ось рядок з їхньої дефініції: "У суспільствознавстві масова комунікація пов'язана з комунікаціями, але має коріння в соціології".²⁰¹

Ні, на наше переконання, це соціологія має коріння в масовій комунікації. А так - виявляється, ми не працюємо найтіснішим чином з комунікаціями, а лише якимсь чином пов'язані з нею.

Філологія теж має своїм предметом дещо інше, цілком далеке від впливу на масову свідомість. Якщо включати нашу діяльність до філології, то з реклами слід вилучити усе, що не втілено у вербальну форму. Мовчазний сюжет на телебаченні, лише з цілком зрозумілою картинкою, тобто так звані "сюжети по comments" - явно не філологія, а отже і не журналістика?

Усе це і багато чого іншого переконливо показує наукову хибність таких рішень.

Ці помилки мали ще й цілком драматичні наслідки на практиці.

Так, після 2000-х років в університетах в Україні створилося кілька десятків кафедр журналістики, для яких, природно, не було потрібної кількості висококваліфікованих професорів та доцентів з журналістикознавчих дисциплін.

²⁰¹ Див.: URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Mass_communication

До викладання прийшли “чисті” філологи, які дуже поверхово знали і високі тонкощі наших професій - газетярів, телевізійників тощо, і теоретичні глибини теорії масової комунікації.

Тому на таких кафедрах основний час аудиторних занять пробували віддавати вивченню української мови та літератури, по 5-6 пар на тиждень. А “Основам журналістики” та вужчим спеціальним дисциплінам віддавалося по 1-2 пари на тиждень. Ми знаємо це з власного досвіду, у 2008-2010 роках автор цих рядків був заступником голови Експертної ради з соціальних комунікацій Вищої атестаційної комісії при Кабінеті міністрів України і брав участь у розгляді кожної справи по кожній спробі відкрити кафедру з наших дисциплін в певному університеті.

Знадобилося два десятки років, щоб ці прогалини було заповнено професіоналами, які, окрім високої наукової підготовки, отриманої під час підготовки до захисту відповідно докторських або кандидатських дисертацій із соціальної комунікації, мали і солідні практичні навички роботи в редакціях, студіях та агенціях.

У англomовній науковій літературі можна знайти визнання важливості саме таких, зовнішніх зв’язків та взаємовпливів:

“Комунікативні дослідження є дисципліною, яка виділяється з ширшої сфери людського спілкування”.²⁰²

Оскільки ми вже не раз наполягали на тому, що масова комунікація є фундаментальною науковою дисципліною, ми змушені заперечити у цитованих рядках слова про “ширші сфери”. За визначеннями першого теоретика масової комунікації У. Ліппмана, до такої він відносить не лише журналістику, якій сам служив як військовий кореспондент під час Першої світової війни, але і школу, церкву, мистецтво. Від себе додамо сюди науку, військо, медицину та ще багато чого, що не може існувати без власної системи масової комунікації. Власне - тут має бути все, що стосується залучення до комунікації широких верств людей: населення, виборців, шанувальників мистецтва, вірян, загалом - вільно обраних кількостей людей, які бажають щось повідомляти та згодні слухати.

Словом, беремо на себе сміливість стверджувати, що у масової комунікації немає “ширших сфер”, настільки вона широка сама.

²⁰² Communicology. URL : <https://academic-accelerator.com/encyclopedia/communicology>

Так було завжди, відколи вона існує. А її виникнення, як ми вже неодноразово виголошували, і було однією з вирішальних умов появи людства - разом з освоєнням спільної праці та підкоренням вогню.

Однак тепер у цю побудову втрутився штучний інтелект.

І отже, всі зовнішні зв'язки нашої оновлюваної теорії треба буде переосмислювати. Причому з врахуванням всезростаючого впливу штучного інтелекту.

Це стосується найширшого оточення - філософії, філології, далі вужчого: соціальної психології, інформатики, інших, також сусідніх з нами, наук.

За ними йдуть дедалі ще вужчі. Скажімо, прикладна соціологія, політологія або психологія. Ці науки займаються лише суспільством, або політичною боротьбою, або лише психікою людини.

Масова ж комунікація переймається всім. І тому дотична до всього. Теорія масової комунікації досліджує процеси комунікування у широких верствах населення. А саме комунікування - справа усіх. Стосовно чого? Стосовно всього. Медіа поширюють будь-які знання, здобуті людством, і саме у медіасфері вони піддаються масовому обговоренню, осмисленню, сумнівам - і відстоюють свою правоту, можливо, відкидаються як облудні або розвиваються далі, запліднені саме масовістю свого явлення людям і їхнім визнанням.

Тепер в ці процеси - поширення всього і осмислення цього поширення всього - втрутився штучний інтелект. Більше того, він поволі стає, і вже можна побачити, що невдовзі стане - найспритнішим серед усіх учасників цих процесів.

Вже зараз це руйнує звиклий нам перебіг подій.

А далі зможе руйнувати сам хід історії.

У медіа це виглядає як численні приклади того, що конкуренцію щодо тексту реклами, написаної одночасно людиною і ШІ, виграв ШІ: він робить це швидше, за секунди, і краще добирає слова.

Це треба осмислити в оновленій теорії масової комунікації. Але це треба переосмислити і в філософії - хоч це задача вже філософів, а не вчених-медійників. Нам потрібні їхні висновки. Нам треба ставитися до них дуже критично - цього вимагає величезна історична відповідальність у часи, які ми всі переживаємо. Помилки вартуватимуть дуже багато.

Нас дуже будуть цікавити їхні дослідження і висновки про те, чим стане свідомість, якщо вона колись буде належати не лише людині, а й машині.

От одне із запитань: чи це буде та сама, однакова для обох, свідомість, чи з появою повноцінного ШІ з'явиться якась нова? Яка саме?

Як здатність людини відображати об'єктивний світ у ідеальних образах буде співіснувати з подібною здатністю машини?

Свідомість через пізнання дає нам знання. Як нам, медійникам, ставитися тепер до цих філософських категорій - у випадках, коли їх нам надає і людина, і машина?

Якщо це свідомість машини під контролем людини - це одне.

Але що будемо думати і робити, якщо дійде до того, що машина стала вже повністю самостійною у своєму власному “пізнанні”-”розумінні”-”поширенні”?

Слід визнати, з повагою до філософів, що ці проблеми їх, по-перше, давно цікавлять, ще від 1950-х років, і, по-друге, вже досить глибоко розроблені.

Але чого нам очікувати від цієї науки?

Філософія - найбільш фундаментальна з усіх фундаментальних наук. Вона має, своїми висновками, підказувати іншим фундаментальним наукам, як їм мислити, і головне - має давати свої результати, тобто нові знання, наукам нижчих рівнів.

Цей метод вивчення людської свідомості як явленої масам у спілкуванні та її, у такий спосіб, втілення можна простежити від Аристотеля (“Риторика”) до Едмунда Гуссерля, батька феноменології, і пізніше був натхненний працями Моріса Мерло-Понті з його феноменологією інтерсуб'єктивності, Мішеля Фуко як дискурсолога та Чарльза Пірса. Тут же є місце і комунікативній практичній філософії К. Апеля та його численних прибічників.

Але все це вже відійшло в історію.

Що маємо нині, чого потребуємо від філософії у медіасфері 2020-х?

Потрібна цілковито нова філософія, потрібні і цілковито нові філософи.

Пошук у Google дає, у відповідь на запит “Філософія штучного інтелекту”, такий список напрямів, на яких вже понад тридцять років зосередилися філософи:

1. Чи може машина мислити?
2. Що вважати машинним інтелектом?
3. Наука про свідомість, розуміння і знання - як вона виглядатиме за нових умов?
4. Якими будуть етичні проблеми створення штучного розуму?

Це з часом буде масив дуже цікавих відомостей. Тут буде оновлено і розвинуто питання “Чи може машина мислити?”, поставлене Аланом Тюрінгом в 1950 році, і ствердження Джона Серля про те, що машинний розум може принципово дорівнювати людському - а ми вже бачимо, що він, скоріше за все, його перевершить по багатьох параметрах.

Праці обох цих вчених викликали палкі дискусії, які тривали понад двадцять років і не втратили свого значення і донині.

Англомовне визначення філософії штучного інтелекту звучить так:

“Філософія штучного інтелекту — це розділ філософії розуму та філософії інформатики, який досліджує штучний інтелект та його значення для знання та розуміння інтелекту, етики, свідомості, епістемології та свободи волі”.²⁰³

Те, що у цьому переліку немає масової комунікації, показує, що серед філософів немає справжнього розуміння ваги і значення нашої діяльності і нашої теорії в розвитку подій і їх осмисленні.

Але тут є наша провина. Це ми не розробили ці проблеми і не залучили філософів до їх осмислення.

Нам треба їх знати. Їх треба і оновлювати. Для цього треба проводити спільні і масштабні наукові конференції, видавати монографії та авторитетні наукові журнали, створювати університетські кафедри. Тоді нам краще буде думатися над нашими власними, масмедійними проблемами.

“Філософія-до...” винайдення “штучного інтелекту та “Філософія-після...” мають відрізнятися, на нашу думку, як відрізняються парова машина і двигун ракети. Нам потрібно друге, але маємо знати та пам’ятати і перше теж: це має бути відкидання не за Фейєрбахом, тобто не повне відкидання, а за Гегелем - через залучення і нарощування.

Усі міркування, диспути та висновки філософів, поза всяким сумнівом, дотичні до інтересів науки про масову комунікацію, як і до будь-якої іншої науки. Таким є місце філософії у “піраміді наук” світу.

Питання, яке ми ставимо тут, полягає у тому, щоб розгорнути долучення науки про масову комунікацію до пошуків у надрах “філософії штучного інтелекту” як такої, що вже стала частиною власне філософії.

І філософи, і особливо теоретики-медійники поки що відстають від осмислення нової реальності. А нам, задля кращого розуміння глибинних питань масмедіа, дуже потрібні висновки саме сучасних ІІІ-філософів.

За цих умов медійники-практики самотужки, буквально навіпамацки самі пробують встановлювати контакти і вчитися співпрацювати з різними платформами ІІІ типу ChatGPT, Bing, Bard тощо.

Але якщо практики роблять це самостійно і навіть успішно - де ж тут тоді місце для нашої науки, для здобування нових знань та пропозиції наших висновків і рекомендацій практикам для оптимізації їхнього використання?

²⁰³ Див.: URL :
https://www.google.com/search?q=philosophy+of+artificial+intelligence&oq=philosophy+of+artificial+intelligence&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIIICAEQABgWGB7SAQozMDU0NmowajE1qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Чи не виступає тут наше відставання від осмислення реалій епохи штучного інтелекту як ознака старіння нашої науки, її відставання від життя - та як окремий випадок відставання власне людського інтелекту від штучного?

Такі драматичні запитання мають бути вже зараз поставлені у нашій науковій спільноті. І відповіді на них нам треба шукати дуже швидко - швидше, аніж розвивається сам штучний інтелект. А він вже подекуди розвивається сам на власних розробках, і далі, видно по всьому, ця його здатність стане для нього головною.

Плин життя, повсякденна практика вже поставили питання про те, що всі медійники мають швидко пройти глибокий “штучноінтелектуальний вишкіл” - якщо хочуть знайти своє місце у новій реальності.

І розгортати цей вишкіл слід саме з надбання здобутків “філософії штучного інтелекту”, з набуття ґрунтовних, фундаментальних знань щодо ГШІ.

Наприклад, слід для початку взяти до своїх роздумів про медіа описання експерименту Джона Серля з “китайською кімнатою”, навколо якого 25 років безперервно точаться непримиренні дискусії.

По ходу цього експерименту людина, яка не знає китайської мови, складає правильні речення з ієрогліфів, просто виконуючи інструкцію, з якого конверта брати наступну “літеру”. В результаті складається фраза, зрозуміла китайцям.

Так поки що працює ШІ. Це ще імітація “знання китайської”. Імітація мислення. Що скажуть філософи, коли почнеться власне мислення як таке?

Такі роздуми допоможуть нам знайти відповідь на запитання, чим принципово відрізняється людське і машинне масове добування інформації з хаосу, її інтерпретація та набуття її емоційної складової, поширення готового послання.

Чи не діє маса людей, передаючи та засвоюючи інформацію подібно до героя експерименту з “китайською кімнатою”? Адже саме так тут діє машина, яка вже нібито знає китайську мову, як і сотні інших мов у Google-перекладачі?

Що про це нам скажуть психологи та соціальні психологи?

Чи тут є інші варіанти пояснення - від філософів, від філологів?

Треба зрозуміти, чим є для нас тест Тюринга, за яким людині і машині “втемну” ставили однакові запитання, а по відповідях слід було визначити, хто відповів, машина чи людина. Зараз це вже важко визначити, але ще можна. Що буде далі?

Вже нині в американських університетах ледачі студенти дають ШІ виконувати домашні завдання, і там вже поширені програми, які допомагають професорам визначати, чи текст написаний або сюжет знятий студентом, а чи машиною. Що ж - по цих прикладах принаймні видно, що людина ще може керувати ШІ і контролювати її дії.

Як один із засобів контролю за ШІ - винайдено маркування авторства машини та редагування нею окремого тексту, твору, тобто контенту, а як для нас, то послання для масової аудиторії.

Ось приклад.

“Adobe анонсувала запуск нового логотипу та технології Content Credentials, які дозволяють відслідковувати походження та редагування контенту, створеного за допомогою ШІ”.²⁰⁴

Цей приклад дає медійникам надію не розчинитися у потоці ШІ-контенту, залишити людям людське. Він показує також, що люди знаходять рішення, як співіснувати з ШІ і користатися його можливостями без шкоди для себе.

Українські вчені долучаються до цих досліджень.

Цікаві питання ставить кандидат філологічних наук і журналіст О. Стефанчук у статті “Штучний інтелект як “експериментальна філософія” чи вимога реальності”.²⁰⁵

Однак у цілому мусимо визнати, що більшість вітчизняних наукових шкіл у нашій галузі ще лишається у “до-ШІ” історичному просторі своєї професії та наукових інтересів.

Надійний філософський фундамент до масмедійних досліджень реалій нової історичної епохи - це є, на наше тверде переконання, один з наріжних каменів знаходження правильних висновків і рекомендацій для практиків. Без таких рекомендацій втратимо статус науки.

Це і є умова збереження нашої науки у тих обставинах, які складатимуться у найближчі роки і наступне десятиліття.

Ми раніше довели, що масова комунікація є всеохоплюючою дією, а її теорія є фундаментальним науковим явищем. Рівною нам у цьому слід визнати і філологію. Все описується мовою. Мова як така універсальна, вона про все і для всіх.

Тому, наголосимо тут ще раз із заглибленням у суть проблеми, саме філологія як наука, а точніше її частини, що найглибше проникають у природу мови, цікаві нам в головних справах масової комунікації.

Це, передовсім, комунікативна лінгвістика, філософія мови, лінгвістична прагматика. Медійники чекають “перебудови” цих розділів філології відповідно до викликів нової епохи. Без висновків і рекомендацій цих наших колег нам важко буде зрозуміти, куди рухатися далі у вербальному спілкуванні зі штучним інтелектом.

²⁰⁴ Adobe запропонувала маркування ШІ-контенту. URL : <https://speka.media/adobe-zaproponuvala-markuvannya-si-kontentu-p6g8w9>.

²⁰⁵ Стефанчук О. Штучний інтелект як “експериментальна філософія” чи вимога реальності” URL : <https://universum.lviv.ua/magazines/universum/2016/6/shtuch-int.html>

Оце є те найголовніше, чого чекаємо і від лінгвістичних філософів - як людською мовою нам спілкуватися з штучним інтелектом?

Такі розвідки вже ведуться, але здебільшого саме практиками-айтішниками без належного наукового осмислення фахівцями з теорії мови.

Ось приклад:

“Заземляємо мовну модель на робота”.²⁰⁶

Перед медійниками стоїть питання: маємо спілкуватися з машинами нашою мовою - чи мовою машин? Якщо перше - чи є у нас впевненість у правильності розуміння нас з боку ШІ? Якщо друге - то де перекладачі?

Ще одне питання: як навчити ШІ найтоншим відтінкам значень і асоціацій? Саме вони і є власне найбільш дієвими інструментами впливу на масову аудиторію. І це не в масштабах слова чи речення, але і в масштабах тексту, контексту і, в цілому, дискурсу - а для медійників і в масштабах інтердискурсу.

Нам вже зараз потрібні відповіді на ці та численні подібні запитання з боку фахівців-філологів покоління ШІ.

Та й чи філологи старшого покоління здатні знайти відповіді на наші запитання? Ось типовий алгоритм спілкування за машиною - тут є місце для старої доброї філології лише у двох перших рядках:

- Людина ставить завдання голосом.
- Система розпізнавання мовлення транскрибує мовлення.
- Система технічного зору складає список об'єктів перед роботом.
- Генератор опису сцени пропонує можливі дії з предметами.
- Формулювання завдання та список об'єктів, наданих зором, передаються як промпт на вхід мовної моделі.
- Програма LLM (Велика Мовна Модель) на основі власних знань оцінює кожну дію.
- Affordance-блок дає власну оцінку здійсненності кожної дії.
- Оцінки affordance-блоку та мовної моделі зіставляються та вибирається наступна дія.
- Виконання базової навички.²⁰⁷

²⁰⁶ Заземляем языковую модель на робота. URL : https://habr.com/ru/search/?target_type=posts&order=relevance&q=%5B%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B8%5D.

²⁰⁷ Заземляем языковую модель на робота..URL : <https://habr.com/ru/articles/756800/>

Спробуємо просунутися вглиб філологічних реалій нашого часу: “Google навчила мовну модель ІІІ на трильйоні параметрів”.²⁰⁸

Машина навчила іншу машину мовній моделі. Цілком можливо, що не тільки масова аудиторія, але і спеціалісти не розберуться у цій мові і далі сприйматимуть її як даність, яку треба сприймати і користуватися нею, не розуміючи її суті. Цілковито нагадує вже згадувану “китайську кімнату” і а люди в цій моделі перетворюються на виконувачів примітивних дій.

Словом, науковці-медійники сподіваються на висновки філологів-”штучноінтелектуальників” і на їхні поради щодо того, як нам спілкуватися з ІІІ та як через нас спілкуватися з ним широким верствам наших реципієнтів у їхній такій різноманітній масі.

Філософи, філологи та вчені-масмедійники, які працюють на фундаментальних глибинах своїх наук, мають об’єднатися у спільне наукове коло, щоб разом зрозуміти, що нам робити задля оновлення-збереження людської цивілізації. Адже утримування наших наук в їхніх старих, традиційних формах стає вкрай шкідливим - вже ясно, що науково-технічний прогрес рухатиметься далі і не треба прагнути його зупинити, адже це цілковито неможливо.

Об’єднуватися науковцям слід для того, щоб швидко (і глибоко) зрозуміти, що саме проростає у нашому сьогоденні, як нам не втратити контроль над цими новими силами і як нам змінюватися самим під їхнім потужним впливом.

Окремо три наші фундаментальні дисципліни не дійдуть спільного висновку. А це зробить нас слабшими у протистоянні новій силі нового прогресу.

Соціальна психологія завжди була “рідною сестрою” масової комунікації. Тепер вчені обох дисциплін разом мають думати над тим, на що перетворюється масова свідомість людей під впливом штучного інтелекту, помноженого на потенціал квантових комп’ютерів.

Чим її нинішній стан буде якісно відрізнятися від старих добрих часів до появи штучного інтелекту?

А до його ймовірного вцарювання у масовій свідомості?

Як на психологію мас впливатиме роздвоєння соціальної психології та масової психіки стосовно “штучних новин” від масмедіа? Як людям до них ставитися? Вірити - але чому?

²⁰⁸ Google обучила языковую модель ИИ на триллионе параметров. URL : https://habr.com/ru/search/?target_type=posts&order=relevance&q=%5B%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B8%5D.

Не вірити - теж чому? Щоразу буде повставати запитання: “Це нам пише людина - чи машина?”.

Вже сформульована вимога неодмінно вказувати на моніторах, в ефірі, на зовнішній рекламі тощо - “створено штучним інтелектом”. Але якщо працювали разом і людина, і ШІ?

Вже тепер буквально на кожній замітці, рекламі чи прес-релізі треба ставити такі позначки.

Інакше ми втратимо той головний капітал, на якому тримається вся галузь масмедіа - довіру мас людей до нас.

Як саме народ, натовп, виборці, масова аудиторія будуть поводитися під впливом дедалі ширшої діяльності явно штучного інтелекту на сайтах, у телерадіопрограмах?

У “Вступі” до нашої монографії ми вмістили приклад того, як штучно створена блогерша Ліл здобула серйозний успіх у блогосфері.

Це є переконлива відповідь на наше запитання про вже близьке прийдешнє.

Але це поки що лише епізод, як і створення робота Софії, портрет якої як ведучої програми теленовин ми вмістили на обкладинці цієї монографії.

А якщо вся медіадіяльність перейде під владу ШІ?

Власне, треба замислюватися, як “вже” поведуться люди за тієї умови, що робот “Сірі” та її колежанки допомагають їм у пошуку інформації через діалогове спілкування, а цифрові диктори читають нам новини, причому з грубими помилками у наголосах та інтонації?

Відповідь: ніяк. “Ну, Сірі та й Сірі. Помагає ж, добре справляється. Молодець. Ну, ці диктори не живі люди, ну й нічого, і ми помиляємося, тож слухаймо далі”.

Що буде далі, при швидкому розвитку цих та все більше нових прикладів застосування штучного інтелекту у масовому спілкуванні?

Ми можемо про це лише здогадуватися, можливо - приблизно передбачати. А нам, щоб діяти адекватно ситуаціям, треба мати точні знання та рекомендації, отримані внаслідок системного наукового пошуку.

У просторах цієї “подвійної” науки (і соціальне, і суто персональне як психіка) поки що не видно системного і прискіпливого пошуку актуальних проблем та надання рекомендацій.

Лише окремі вчені вже бачать проблематику новітніх часів. До них віднесемо віцепрезидентку Британської Академії наук і членкиню Американської асоціації штучного

інтелекту (AAAI) Маргарет Енн Боден. Її праці охоплюють галузі штучного інтелекту, психології, філософії, когнітивної та комп'ютерних наук.²⁰⁹

Вона, зокрема, стверджувала, що погляди Джорджа Міллера, викладені у його праці “Плани та структура поведінки”, переконали її у тому, що підходи комп'ютерного програмування можуть бути застосовані до всієї психології. До психології має теж. До речі, Дж. Міллера називають “першопрохідцем” когнітивної психології у США - ось ще один з напрямів сучасних міждисциплінарних досліджень, які поєднують фундаментальні та прикладні рівні науки і є цікавими для медійників.

Семіотика теж має бути залучена до оновлення зовнішніх зв'язків створюваної медіатеорії. І до співпраці з медійниками у широкому розумінні цього слова. Придивимося до її можливостей пильніше.

За визначенням, вона є “наука, яка досліджує способи передачі інформації, властивості знаків та знакових систем в людському суспільстві (головним чином природні та штучні мови, а також деякі явища культури, системи міфів, ритуалів), природі (комунікація у тваринному світі) або в самій людині (зорове та слухове сприйняття тощо). Іншими словами, семіотика — це теорія знаків та знакових систем”.²¹⁰

Для розуміння важливості такого моменту історичного зламу слід придивитися до доробків Джона Ділі, одного з засновників американської семіотики та президента Американського товариства семіотики й віце-президента Міжнародної асоціації семіотики:

“Ділі з великою проникливістю ставиться до відновлення латинського схоластичного надбання семіотики і філософії мови, поєднавши давню спадщину з новими підходами, що виникли на етапі переходу від Нового часу (модернізму) до постмодерністського періоду”.

²¹¹

І журналістика, і реклама, і піар, і інші напрями масової комунікації, такі як релігія, освіта, культура, військо, - власне саме тим і займаються у соціумі, зокрема у соціальній психології, що вони щомиті роблять знаки. Кожен з них має значення для забезпечення їхньої наукової дисципліни, а всі разом вони будуть корисні іншим, тим, хто цих знаків потребує.

²⁰⁹ Див.: URL :

https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%B5%D1%82_%D0%91%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BD

²¹⁰ Семіотика URL :

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D1%96%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>

²¹¹ Ділі Джон. Основи семіотики/ Перекл. з англ. та наук. ред. Анатолій Карась - К.: Арсенал, 2000. - 232 с. ISBN 966-7790-00 2

І для семіотики як науки нова епоха не може не настати, ці зміни і для неї не настають непомітно.

Відтепер у теорії знака теж виникають проблеми з штучним інтелектом.

Він зараз є споживачем знаків, які закладають у нього програмісти, і поволі стає одним із створювачів знаків, і поволі вчиться робити це досконаліше від людини.

Він вже навчився відділяти значення від речі, потім річ від значення, потім вносити створений знак чи навіть систему знаків до масової свідомості - поки що з нашою допомогою. Він вже бере активну участь у поширенні знаків через медіа.

Однак робить не так, як людина. Ми вкладаємо в кожен знак великі масиви асоціативних зв'язків людей з історією, культурою, їхнім власним досвідом, ми добра знаємо і навіть відчуваємо інтуїтивно, як зробити знак змістовним, яскравим, як привернути до нього увагу і як забезпечити правильну "розшифровку" знака його отримувачами.

А як з цим впорається ШІ? У чому тут будуть нові відмінності? Що нам з цих відмінностей, як керувати ними?

А далі - як користуватися ними, якщо їх створила машина?

По відповіді треба вертатися до монографій батьків-засновників семіотики - Ч. Пірса, Г.Г. Почепцова, О.М. Лосєва, Ю.М. Лотмана тощо.

Цими науковими дисциплінами певна річ, не обмежується простір зовнішніх контактів кожного з елементів нашої нової надтеорії. Всі ці контакти, ані передбачити, ані описати зараз неможливо. Ми тут лише визначили напрямок, за яким могли би розвиватися наші окремі теорії у стані об'єднаності з іншими заради спільної праці над таким історично важливим завданням.

ВИСНОВКИ

Сформулюємо підсумки нашого, такого новаторського та суперечливого, аналізу. Він, як сподівається автор, викличе багато запитань, заперечень та суперечок.

Недобре буде, якщо не викличе.

Адже саме вони й допоможуть рушити вперед нашу науку.

Перед початком формулювання висновків слід зробити кілька принципових зауваг.

Спочатку зробимо один висновок, який обіцяли читачам на самому початку.

Ми не зробили простого оновлення класичної науки. Ми переступили її класичність як синонім застарілості і зробили крок до створення сучасної теоретичної системи і структури.

Але ми не зробили і наукової революції. Класична теорія лишилася майже неоновленою у запропонованій новій науковій побудові. З неї виділися нові, інші теорії з власними предметами досліджень. Так буває з насінням, яке “оновилося” спочатку до пагона, а потім і до розлогого дерева.

А саму наукову революцію, яка, можливо, і була б потрібна за цих умов, має зробити цілий колектив науковців-однодумців, хоча, напевно, краще б і за участі “різномудців”.

Сподіваюся, нам вдалося тут розпочати (але ще не зробити, і вже напевно не завершити) - концептуальні зрушення у нашій галузі науки.

Якими виявилися їхні основні висновки і результати?

По-перше, ми запропонували визнати, що настання і швидке поширення у нашій галузі діяльності генеративного штучного інтелекту означає новий етап розвитку масмедіа, суспільства, людства.

По-друге, ми внесли пропозицію придивитися до принципу квантовості як нового інструменту у пошуках істини. На нашу науку, принаймні на початку змін, вже має поширюватися, і навіть не може не поширюватися, - думка, яку щиро поділяють фізики: квантову механіку майже ніхто до пуття не розуміє, але всі вже користуються результатами її відкриттів. Shut up and compute, тобто “замовч і рахуй” - таке пишуть самі конструктори квантового комп’ютера.

Так само і нам у поставлених запитаннях далеко не все стало зрозумілим.

Зате стало трохи краще розумітися, чого ми не розуміємо.

З хаосу-як-невідомого почали вимальовуватися якісь контури здогадок, зародків думок і початків ймовірних висновків.

Можна висловитися і радикальніше: в результаті проведених досліджень у автора з’явилося більше запитань, ніж було на його початку.

Однак це є нормальний крок на шляху розвитку науки.

При цьому ніхто авторів не сказав, що квантове мислення взагалі можливе або потрібне у масмедійних наукових дисциплінах, і що квантовість можна роздивитися у практичній діяльності журналістів, рекламників або піарників, які щодня виконують свою креативну або рутинну роботу в редакціях, агенціях та департаментах.

Квантовість можна легко не побачити і у нашій ще-Ньютонівській дійсності. Але вона, на наше глибоке переконання і за нашим практичним і науковим досвідом, - є. Існує як висока реальність.

Та якщо буде доведено і визнано, що ніякої квантовості у нашій науці немає і бути не може і вона взагалі і зовсім непотрібна - чудово: для науки негативний висновок так само цінний, як і позитивний.

Автор лише переконаний, що такі висновки будуть набрані уже на квантових комп'ютерах.

По-третє. Ті фізики, біологи або медики, які пробують думати про квантове мислення і квантову свідомість, які заглиблюються у зв'язок фізичного квантового світу, тобто про явища субатомного рівня та їхні зв'язки з процесами у людському мозку, - нічого не пишуть про сфери масової комунікації.

Може, це їм не цікаво, бо їм того не треба? Можливо, усе, що написано про квантовість у цій книжці, є вигадкою і не варте продовження у наукових диспутах на конференціях та у наукових виданнях.

Таке цілком можливо.

Однак це має бути визнано у нашій науковій дисципліні в результаті поглибленого аналізу, широкого обговорення і винесення спільного висновку, яке підтримала б більшість наших колег.

У такому випадку автор теж буде сподіватися, що доклав децицію своїх зусиль для розвитку теорії масової комунікації. Ще раз: для відкриття у науці "ні" так само важливо, як і "так".

А поки цього не відбулося, та поки квантова епоха та ера штучного інтелекту тільки набирають обертів і лише поволі, але зростаючими темпами, змінюють світ навколо нас - зробимо кілька прикінцевих висновків, щоб нашим критикам було легше розгортати подальші дискусії.

Тепер - результати.

1. Фундаменти класичної теорії масової комунікації були закладені У. Ліпманом та Е. Бернейзом з розвитком масових газет накладами у мільйони примірників на початку XX століття. Побудова цієї теорії була в цілому завершена зусиллями В. Шрамма, Г. Лассвелла, Д. МакКвейла у 1960-ті роки. З настанням епохи масового телебачення в ній визначилася

ера МакЛюена. Згодом настала епоха інтернету, яку не позначили нічийм ім'ям за відсутності вченого, рівного В. Шрамму або М. МакЛюену. В Україні ця робота була завершена до 2010-го року. Тепер настав новий історичний етап - епоха штучного інтелекту. Вона потребує нової науки.

2. Сучасні реалії світу масової комунікації дуже відрізняються від тих, які були суттєвими і панівними за часів створення класичної теорії масової комунікації. Епоха інтернету від 1990-х до початку 2020-х, не була достатньо глибоко досліджена та відображена у світовій науці про масову комунікацію. Класична теорія не була піддана ґрунтовному діджілізаційному переосмисленню і не отримала належного розвитку, відповідного змінам.

3. Нині світ входить у цілковито нову епоху. Ще раз повторимо це: 21 березня 2023 року Білл Гейтс виголосив, що людство вже живе в епоху штучного інтелекту. Але спроб оновити, відповідно до нових умов, класичну теорію масової комунікації досі нема. Деякі наукові статті з'явилися в українських наукових журналах, але це було не тільки не рішенням проблеми, але навіть не її постановкою.

4. Фактично сьогодні ми виголошуємо тут, в Києві, що наша класична теорія має бути рішучо оновлена. Не відкинута, скоріше збережена, але саме оновлена і саме на своїй класичній основі.

5. Оновлення вимагає не тільки поява і розвиток штучного інтелекту, який вже дає приклади роботи замість людини в журналістиці і в рекламі. Цього вимагає і поява квантових комп'ютерів, які вже можна купити, і їхня спільна робота з big data, і перспективи швидкої появи і поширення квантового інтернету як нового каналу масової комунікації з неймовірними потужностями.

6. Така наукова задача не може бути виконана однією людиною. Має бути створено міжнародний науковий центр для проведення цієї роботи. На це має бути відведено достатньо багато часу. Можливо, такий центр буде створено в Польщі як найближчій до нас країні Євросоюзу. Можливо, він буде створений в інших країнах - там, де вже зрозуміють таку нагальну потребу й вирішать вкладати гроші в оновлення теорії такого рівня і масштабу, яка тільки і зможе охопити своїми висновками, що саме з нами відбувається і як нам слід оцінювати новітні події й передбачати подальший розвиток нашої сфери і, відповідно, розвитку людства в цілому.

Протягом минулого року автор шукав однодумців серед вчених світу, які найбільше займалися саме фундаментальними проблемами нашої теорії.

На жаль, колегам забракло наукової відваги розпочати цю роботу. Звернення до низки вчених з польських та німецьких університетів мали негативний результат. Колеги

визнавали наукову актуальність та назрілість проведення такої роботи, але на цьому визнанні все і закінчувалося. Можливо, тут далися взнаки науковий консерватизм або зневіра у фінансових можливостях університетів та наукових центрів, де вони на той час працювали, або щось інше ставало тут на заваді.

Однак це не відняло оптимізму у наших наукових прагненнях.

Саме так діяв Вілбур Шрамм у 1950-х роках, коли він і його колеги отримали грант і розташувалися на Гавайях, де і створили 840-сторінкову книгу, в якій власне і зафіксували основні ідеї класичної теорії масової комунікації.

7. У цій монографії викладено детально розроблений проєкт того, як мала би виглядати теорія масової комунікації часів початків наступного, після-інтернетівського періоду, до якого ми входимо і якому поки що немає загальновизнаної назви.

8. Розвиток штучного інтелекту вже сильно змінив світ масмедіа. Журналісти, рекламисти, піарники останні три роки широко використовують його можливості у створенні текстів, фото, відео, інфографіки, верстки тощо. Швидкість вдосконалення ШІ вражаюча. Тому ми відчуваємо тривогу, що станеться, якщо ШІ розвинеться настільки, що набуде змоги диктувати нам свою волю - певна річ, через масмедіа теж.

Звідси випливають реальні й величезні небезпеки. Їх вже відчувають серйозні вчені і їх досліджують. Більше того, по них вже вживають заходів на міждержавних рівнях.

9. Якщо йдеться про необхідність регулювання взаємодії з штучним інтелектом, то збільшуються і потреби у пошуку підстав для прийняття рішень, тобто в дослідженнях. А це значить - і в нас, медіавчених, в цілому в нашій науці.

А оскільки масмедіа є одним з вирішальних соціальних просторів, де ця боротьба відбуватиметься та де буде з'ясовано, хто в ній переміг - то ми опиняємося на передньому краї цієї боротьби.

10. Ці революційні зміни вимагають від вчених-медійників об'єднати зусилля, і між собою, і з колегами з сусідніх з нами наукових дисциплін, щоб вчасно зробити дослідження, проаналізувати їхні результати та випрацювати практичні рекомендації. Вони мають допомогти всім суцям у медіасфері гідно зустріти виклики, які готує нам близьке майбуття, та вийти з нових випробувань переможцями.

Автор запрошує всіх колег долучитися до цієї роботи.

В.М. ВЛАДИМИРОВ

**НАПРЯМИ
ОСУЧАСНЕННЯ
ТЕОРІЇ
МАСОВОЇ
КОМУНІКАЦІЇ**

МОНОГРАФІЯ

Українською мовою

Оформлення палітурки - Дмитро Мартиненко

Підписано до друку 12.12.2023р.
Ум. др. арк. 12,7. Формат 60х84/16.
Тираж 100 прим. Папір офсетний. Зам. № 0112/2023
Свідоцтво ДК 5941 від 11.01.2018 р.
м. Київ, вул. Героїв Оборони, 8. Тел. (050) 411-66-51
E-mail: Musetess@gmail.com

Видавництво «Наукова столиця»®