Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

DOI:10.17951/we.2023.9.1.123-137 | Wschód Europy • Восток Европы • East of Europe vol 9, 1 / 2023

Makuch-Fedorkova Ivanna
Yurii Fedkovych Chernivtsi National University
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2198-8727
e-mail: i.makuch-fedorkova@chnu.edu.ua

Етапи розвитку медіадосліджень у західній соціології: формування пропагандистських моделей та їх вплив на зміни масової свідомості громадськості

1. Вступ

Інформаційні технології вже здатні змінювати мислення людини, а це означає, що тепер і надалі війни будуть проходити не лише у фізичному просторі, а й у іншому вимірі – свідомості людей. Адже боротьба за систему цивілізаційних смислів, яку ведуть світові лідери, ґрунтується на сучасних досягненнях комунікативної науки, у тісному взаємозв'язку з технологічним прогресом та політичними технологіями. Процеси індустріалізації і урбанізації, які змінили наприкінці XIX – початку XX ст. ситуацію в Європі та США, значною мірою базувалися на нових технологіях, в тому числі медіа. Доволі легко дестабілізувати ситуацію в суспільстві, застосовуючи правильно підібрані механізми масово-комунікаційного впливу та змінити настрої громадськості за допомогою пропагандистських моделей. У нинішніх умовах дана тема надзвичайно актуальна, оскільки пропагандистські кампанії стали в сучасному світі потужною зброєю для залучення громадськості як у підтримці військових операцій та забезпечення їх морального виправдання, так і в процесах політичної дестабілізації[1]. Російське керівництво ще задовго до вторгнення в Україну розпочало активне поширення інформації про війну, яка носила чітку пропагандистську спрямованість. Цілком зрозуміло, що «пропаганда, незалежно від того, поширюється вона через контрольовані державою чи приватні засоби масової інформації, стосується методів маніпулювання громадською думкою на основі неповної або оманливої інформації, брехні

[1] N. Chomsky, *Propaganda Wars Are Raging as Russia's War on Ukraine Expands*, „Truthout", April 28, 2022, https://chomsky.info/20220428/, доступ: 30 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

та обману»[2]. І подібні приклади вже мали місце в історії, адже в роки Першої світової війни пропаганда використовувалася для посилення підтримки збройної агресії серед громадян країн, яка їх вела, а під час Другої світової як нацисти, так і союзники інвестували значні кошти в пропагандистські операції задля перемоги у війні. Україна виграє інформаційну війну на світовій арені, особливо на Заході, кремлівська пропаганда має домінуючий вплив всередині Росії та в китайських соціальних медіа.

Основна мета даної статті полягає в аналізі першого етапу розвитку медіадосліджень у західній соціології, пропагандистських моделей та визначенні ефективності їх впливу на масову свідомість населення. Важливо зрозуміти, як за допомогою пропаганди уряди могли забезпечувати досягнення своїх зовнішньополітичних цілей, а головне – якими моделями формували погляди на життя та змінювали свідомість мільйонів людей. У процесі дослідження було використано системний метод, за допомогою якого було проаналізовано масову комунікацію і пропаганду як цілісне явище. Історичний метод допоміг при розгляді основних складових першого етапу розвитку медіа досліджень та історії пропаганди. Також було використано загальнологічні методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції, порівняння, узагальнення при систематизації явищ, дослідженні масово-комунікаційного впливу на громадську думку у 20–30-х рр. XX ст. і формуванні системи міжнародних відносин. Методологічну основу розуміння пропаганди сформував доробок західних науковців, які розробили і запропонували моделі масової комунікації, джерела та форми впливу на аудиторію.

2. Етапи розвитку медіадосліджень

Вивчення масової комунікації як соціального явища розпочалося у 20-х роках XX століття. На сучасному етапі ця дослідницька традиція продовжується аналізом масової інформації про політику, міжнародні проблеми та дослідженнями медіаконтенту, пов'язаного з проблемами суспільства. Як соціологічна дисципліна медіадослідження сформувалися в американській науці, а згодом поширилися і в західноєвропейських країнах. В історії дослідження масових комунікацій виділяють три етапи і на кожному з них науковці визначали рівень їх впливу на суспільну свідомість (перший етап – 20–30-ті рр. XX ст.; другий – 40–60-ті рр. XX ст..; третій умовно датується початком 70- х рр. XX ст. і по сьогоднішній день)[3]. Дана стаття присвячена першому етапу теоретичних досліджень, що охоплює 20–30 ті рр. XX ст., (тематично і змістовно частково торкнемося початку 40-х років). Це пояснюється тим, що саме наприкінці 1920-х і на початку 1930-х років у науковців появився інтерес до медіа як предмету дослідження, а також спостерігалося конкретне практичне втілення технологій мас-медійного впливу у політичне життя, адже їх ефективність допомогла А. Гітлеру прийти до вла-

[2] N. Chomsky, *op. cit*.

[3] Т.В. Науменко, *Социология массовой коммуникации*, Санкт-Петербург: Питер, 2005, с. 17–18.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

ди. Теоретики почали детально вивчати вплив конкретного змісту інформації на відповідні категорії людей, а також з'явилися теорії пропаганди, які обґрунтовували силу медіа у можливості переконати чи змінити точку зору мільйонів громадян.

На початку XX століття дослідження пропаганди базувалися на соціальних наукових дослідженнях переконання, бо характерною рисою цього першого періоду було уявлення про безмежні можливості ЗМІ впливати на людську поведінку. На формування подібних поглядів серйозним чином вплинули успіхи держав Антанти в роки Першої світової війни. Свідченням ефективності цього впливу була активна підтримка глобальної боротьби громадянами США і Європи в роки Першої світової війни. В цей період пропаганда була використана в глобальному масштабі. На відміну від попередніх воєн, це була перша тотальна війна, в яку були залучені цілі нації, а не лише професійні армії. Формування ненависті до ворога, переконання населення у справедливості справи, активна співпраця з нейтральними країнами, а також посилення підтримки союзників – такими були меседжі пропаганди Першої світової війни[4].

3. Уолтера Ліппмана та Гарольда Лассуела

У цьому контексті найбільший інтерес викликають теорії пропаганди провідних американських дослідників – Уолтера Ліппмана та Гарольда Лассуела. Їхні роботи в сфері ефектів масової комунікації з'явилися в 1920-х рр. і звісно вони були задіяні до становлення військової пропаганди США. Так, У. Ліппман співпрацював з президентом Вудро Вільсоном в якості радника з комунікації і спічрайтера[5], а Г. Лассуел, який активно займався вивченням впливу нацистської пропаганди в роки Другої світової війни, був задіяний до низки американських урядових структур. Також основоположник американської теорії масової комунікації Вілбур Шрамм[6], починаючи з 1942 р. працював в головному пропагандистському відомстві США в період Другої світової війни – Управління військової інформації (Office of War Information – OWI)[7]. Варто додати, що з 1941 по 1943 рр. він співпрацював із соціологом Полом Ф. Лазарсфельдом, політологом Гарольдом Лассвеллом, соціальними психологами Куртом Левіном і Карл Ховландом та ін-

[4] A. Davis, *European Propaganda During World War I*., https://blogs.bu.edu/guidedhistory/moderneurope/europeanpropagandaduringworldwar1/, доступ: 30 VI 2023.

[5] W. P. Bottom, D.T.Kong, *«The casual cruelty of our prejudices»: On Walter Lippmann's theory of stereotype and its «obliteration» in psychology and social science*, „Journal of the History of the Behavioral Sciences", Vol. 48(4), 2012. p. 363–394. https://www.researchgate.net/publication/230769142_The_casual_cruelty_of_our_prejudices_On_Walter_Lippmann's_theory_of_stereotype_and_its_obliteration_in_psychology_and_social_science, доступ: 30 VI 2023.

[6] Schramm, Wilbur (1907–1987), https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/schramm-wilbur-1907-1987, доступ: 30 VI 2023.

[7] Див., напр..: Office of War Information, https://guides.loc.gov/rosie-the-riveter/office-of-war-information, доступ: 30 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

шими американськими соціологами, які були задіяні до роботи у Вашингтоні у військовий час[8].

Роботи в сфері вивчення пропаганди базувалися на загальноприйнятій теорії, яка отримала назву «теорія магічної кулі» або «теорія підшкірної ін'єкції». У згаданої теорії немає автора, але саме так в цей час розуміли і порівнювали владну силу впливу медіа над аудиторією. Український дослідник, доктор філологічних наук, професор Сергій Квіт у праці «Масові комунікації» з цього приводу зазначає наступне: «Теорія «кулі» була реакцією на виникнення суспільства ізольованих індивідів, беззахисного перед медійними впливами в умовах урбанізації та індустріалізації. Вона залишилася актуальною до кінця Великої депресії. А вже в 1937 р. було створено Інститут аналізу пропаганди»[9]. Також варто зауважити, що згадана теорія базується на біхевіоризмі і передбачає, що медіа є тією самою «магічною кулею», яка може досягати конкретно поставленої мети, змінювати поведінку та свідомість мільйонів людей.

Основоположником психологічної школи біхевіоризму був американський психолог Джон Уотсон, який одним з перших зламав фройдистське вчення. Адже біхевіоризм Уотсона відкидав концепцію несвідомого і внутрішнього психічного стану людини, тому що вона не піддавалася спостереженню і підлягала суб'єктивній інтерпретації психолога. Наприклад, Фройд просив своїх пацієнтів розповідати йому свої сни, які потім він тлумачив, аналізував та інтерпретував на що вони можуть вказувати у житті людини. Уотсон виявив, що акцент на самоаналізі та суб'єктивній інтерпретації є дуже ненауковим і не допомагає зрозуміти поведінку, бо лише спостереження має справжню цінність для вивчення людей чи тварин[10]. Спостерігаючи за тваринами Уотсон експериментував «стимули-реакції». Біхевіоризм вплинув і на розвиток масової комунікації, бо суть теорії «магічної кулі» полягає в тому, що медіа здатні спрямувати на масову аудиторію однакові стимули (сформувати громадську думку) і отримати однакову реакцію (сформувати відповідну точку зору, яка потрібна комунікатору). В даному контексті варто звернути увагу на науковий доробок засновника політичного біхевіоризму, професора політології Чиказького університету та радника кількох президентів США – Чарльза Мерріама (1874–1953)[11]. Заслуга Ч. Мерріама перед американською політичною наукою полягає в тому, що він, по-перше, наполегливо доводив необхідність зміцнення її зв'язку з практикою, реальним життям. По-друге, Мерріам активно наполягав на впровадженні в політичні дослідження нових методів аналізу, у тому числі й кількісних. І тут його зусилля виявилися не

[8] Schramm, Wilbur (1907–1987), *op. cit*.

[9] С. Квіт, *Масові комунікації*, Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008, с. 35.

[10] John Watson and Behaviorism: Theory & Experiment, https://study.com/academy/lesson/john-watson-and-behaviorism-theory-lesson-quiz.html#:~:text=Behaviorism%2C%20according%20to%20Watson%2C%20was,study%20of%20humans%20or%20animals, доступ: 30 VI 2023.

[11] Charles Edward Merriam, https://military-history.fandom.com/wiki/Charles_Edward_Merriam, доступ: 30 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

безрезультатними. До початку 30-х років XX ст. майже кожен провідний політолог взяв на озброєння такого роду методи дослідження[12]. У цьому зв'язку варто згадати, що Ч. Мерріам був науковим керівником дисертації Г. Лассуела і підштовхнув його до дослідження пропаганди за допомогою кількісних методів, а також звернув увагу на вивчення політичної поведінки[13]. Вчений здобув також практичний досвід в сфері управлінської діяльності, бо під час Першої світової війни 43-річний Чарльз Мерріам був членом незалежного урядового агентства, федерального урядового комітету з громадської інформації, який був створений для впливу на громадську думку США та заохоченні участі американців у війні.

Дослідження психології масових настроїв реалізувалися у його роботі з квітня по вересень 1918 року на посаді американського Верховного комісара з громадської інформації в Римі. Саме в Італії він розгорнув пропагандистську кампанію, спрямовану на італійську громадську думку[14]. Більше того, його місія полягала не тільки в тому, щоб заохотити італійську громадськість тримати Італію у війні на боці союзників, але й підірвати підтримку соціалістичних і комуністичних політичних партій[15]. Англомовна стаття, посилаючись на працю Френка Костільйоли «Незручне панування», зазначає, що можливо Ч. Мерріам навіть використав гроші Фонду Рокфеллера з метою переконати соціалістичного лідера Беніто Муссоліні підтримати війну[16]. Після повернення в Чикаго він втілив свій досвід у політологічних дослідженнях (долучився до утвердження в американській політичній науці прагматизму), громадянській та політичній активності, адже Чарльз Мерріам був радником кількох американських президентів.

Дослідження в цьому напрямку продовжилися і в даному контексті варто згадати представника Чиказької школи прагматизму, американського філософа і педагога, засновника філософії прагматизму та батька функціональної психології – Джона Дьюї. Він ініціював створення психологічної лабораторії при Чиказькому університету та наголошував, що цінним є виключно те, що приносить користь і практичний результат людям, а також мислення і свідомість зумовлюють практичні дії людини[17]. Щоправда Джон Дьюї не розділяв поглядів У. Ліппмана, Г. Лассуела, бо вони розглядали медіа в якості конвеєра, який передає яку-не-

[12] *Ibidem*.

[13] І. І. Макух-Федоркова, *Наукове вивчення впливу ЗМІ в дослідженнях американського політолога Гарольда Лассуела*, „Медіафорум. Аналітика. Прогнози. Інформаційний менеджмент: зб. наук. праць". Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2016, Вип. 3–4., с. 139.

[14] D. Rossini, *Woodrow Wilson and the American Myth in Italy: Culture, Diplomacy, and War Propaganda*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2008. p. 115. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09592290902782541, доступ: 30 VI 2023.

[15] D. Rossini, *Woodrow Wilson and the American Myth* …, pp. 116, 124–125.

[16] F. C. Costigliola, *Awkward Dominion: American Political, Economic, and Cultural Relations with Europe*, 1919–1933, Cornell University Press; Reprint edition, 1988. 384 p. https://www.goodreads.com/book/show/714071.Awkward_Dominion, доступ: 30 VI 2023.

[17] J. Dewey, *American philosopher and educator*, https://www.britannica.com/biography/John-Dewey, доступ: 30 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

будь інформацію окремим членам аудиторії. Натомість, Дьюї вважав, що людей потрібно захищати від тотальної пропаганди, для цього потрібно займатись просвітницькою діяльністю і навчати громадськість навикам критичного мислення[18]. Можемо констатувати, що «чиказька школа» соціології сформувала і об'єднувала плеяду провідних американських науковців.

Таким чином, «Теорія магічної кулі» породила цілу школу дослідників-функціоналістів, до якої належали в першу чергу У. Ліппман, Г. Лассуел та В. Шрамм. Вони працювали, використовуючи різні методології, однак домінувала серед них політична наука (Г. Лассуел та У. Ліппман). Американський дослідник Гарольд Лассуел у своїй праці «Пропагандистські техніки в світовій війні» переконливо доводить, що пропаганда є «комунікацією, якою можна управляти», потужна зброя у реалізації політичних цілей, яка за результативністю має переваги над прямим силовим тиском (1927)[19]. Його дослідження реалізувалося у створення однонаправленої лінійної моделі комунікативного акту (1948), яка стала класикою досліджень масових комунікацій: Хто повідомляє? Що? Через який канал? Кому? З яким ефектом?[20]. «Модель Лассуела набула визнання як одна з провідних парадигм теоретичного осмислення комунікації. Згодом, у 1968 році на Міжнародній конференції в Індії у своїй доповіді, присвяченій порівняльному аналізу соціальних процесів, Г. Лассуел запропонував більш докладну версію своєї моделі комунікації. Вона також передбачає вивчення процесу комунікації за допомогою відповідей на такі запитання: Хто? – З яким наміром? – В якій ситуації? – З якими ресурсами? – Використовуючи яку стратегію?»[21].

Професор Йельського університету У. Ліппман є основоположником теорії громадської думки і у своїй праці «Громадська думка» (1922) вказав на розбіжність, яка існує «між світом зовнішнім і картинками в наших головах»[22]. Тобто У. Ліппман до певної міри розділяв скептицизм Г. Лассуел в тому, що середньостатистичному громадянину важко розібратися в суспільних процесах і прийняти розумне рішення, як це передбачено класичною теорією демократії. Важливо розуміти, що в 1930-ті рр. світ і політичні процеси були досить складними і щоб в них розібратися, людям було доволі складно зрозуміти інформацію з тодішніх медіа. Ліппман як американський письменник, репортер і політичний оглядач критикував ЗМІ та демократію у своїй газетній колонці «Нью-Йорк таймс» та

[18] Walter Lippmann and John Dewey, https://www.infoamerica.org/teoria_articulos/lippmann_dewey.htm, доступ: 30 VI 2023.

[19] H. LassWell, *Propaganda Technique in the World War*, New York: Peter Smith, 1938/1927, 259 p. http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id= mdp.39015000379902;view=1up;seq=327, доступ: 30 VI 2023.

[20] H. LassWell, *The Structure and Function of Communication in Society*, http://sipa.jlu.edu.cn/__local/E/39/71/4CE63D3C04A10B5795F0108EBE6_A7BC17AA_34AAE.pdf

[21] Див., напр..: І. І. Макух-Федоркова, *Наукове вивчення впливу ЗМІ в дослідженнях американського політолога Гарольда Лассуела*, op. cit., с. 143.

[22] W. Lippmann, *Public Opinion*, New York: Macmillan, 1922, p. 16. https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf, доступ: 30 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

в низці праць, особливо в книзі 1922 року «Громадська думка»[23]. На думку автора, процес усвідомлення дійсності і формування бачення світу у людей відбувається за допомогою стереотипів (спрощені уявлення, які не випливають з особистого досвіду людини), що виникають під впливом масових комунікацій, первинної селекції фактів та викривлення інформації[24]. Тобто значна частина наших уявлень про події у світі виникає за допомогою мас-медіа, які впливають на людську свідомість. Взаємозв'язок чистого біхевіоризму та сили медіа у нав'язуванні певних суджень, сприяє формуванню колективної громадської думки. Ліппман, як і Лассуел вважав, що для того, щоб захистити американські медіа від пропагандистського впливу, необхідні масштабні зміни в політичній системі. З цією метою, на його думку, має бути створений необхідний дієвий механізм чи орган. Медіа повинні функціонувати під контролем інтелектуальної еліти – технократії, яка, по-перше, за допомогою наукових методів відділяла би факти від вимислів, а по-друге, приймали би рішення про те, хто повинен отримувати ту чи іншу інформацію[25]. Він запропонував створити квазіурядове бюро розслідування, яке би ретельно аналізувало інформацію та спрямовувало її іншим елітам для прийняття рішення. Це бюро також могло би визначати, яку інформацію варто поширювати через мас-медіа, а яку людям краще не знати, тим самим еліти долучались до управління суспільством через медіа, формуючи відповідну громадську думку.

Важливо підкреслити, що теорії пропаганди У. Ліппмана і Г Лассуела викликали значні дискусії і видним критиком цих ідей був вже згадуваний вище Джон Дьюї, який протягом всієї своєї кар'єри активно захищав громадське просвітництво, як ефективний гарант захисту демократії від тоталітаризму. Він виступав проти передачі контролю інформації елітам-технократам, які за допомогою певних наукових методів захищали би людей від самих себе. Адже вважав, що елементарна освіта може захистити від маніпуляцій, головне навчити людей протистояти пропаганді. Недарма погляди У. Ліппмана щодо ролі журналістики в демократії повністю протиставлені працям Джона Дьюї і ретроспективно названі дискусії Ліппмана-Дьюї[26]. Аналіз політичної теорії Ліппмана показує, що його бачення розвитку суспільства передбачає управління комунікаціями з боку уряду, що в подальшому розвинуло практику зв'язків з громадськістю (PR)[27].

---

[23] Див., напр.: W. Lippmann, *Public Opinion*, New York: Macmillan, 1922, 427 p. https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf, доступ: 30 VI 2023.

[24] C. García, *Rethinking Walter Lippmann's legacy in the history of public relations*, January 2010, pp. 6. https://www.researchgate.net/publication/303696828_Rethinking_Walter_Lippmann's_legacy_in_the_history_of_public_relations, доступ: 30 VI 2023.

[25] C. García, *Rethinking Walter Lippmann's legacy* …, pp. 7.

[26] Див., напр.: M. Celmer, *The Solution to the Dewey/Lippmann Debate*, „The Graduate Research Journal", file:///C:/Users/USER/Desktop/12754-Article%20Text-31478-1-10-20140421.pdf, доступ: 30 VI 2023.

[27] C. García, *Rethinking Walter Lippmann's legacy in the history of public relations*, January 2010, pp. 1.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

4. Едвард Бернейс

Звертаючи увагу на силу пропаганди, доречно згадати австро-американського дослідника, батька сфери зв'язків з громадськістю, який ретельно займався аналізом процесів маніпулювання громадською думкою – Едварда Бернейса[28]. Під час Першої світової війни Бернейс працював в Комітеті з питань громадської інформації США (перше масштабне пропагандистське агентство США, відоме як CPI або Комітет Кріла) адміністрації Вудро Вільсона[29]. Бернейс називав цю роботу психологічною війною, бо працював над створенням громадської підтримки війни всередині країни та за кордоном, а також просував ідею, що зусилля США під час Першої світової війни були спрямовані на встановлення демократії в Європі[30]. Більше того, після війни на запрошення Вудро Вільсона Бернейс став учасником Паризької мирної конференції 1919–1920 рр. Успіхи ідеї підтримки демократії серед населення США і за кордоном, підштовхнули Бернейса до використання цієї пропагандистської модель також у мирний час. Щоправда слова «пропаганда», яке викликало негативні конотації, бо використовувалися німцям в роки Першої світової війни було замінене терміном «зв'язки з громадськістю». Такий же підхід розділяв і втілював у своїх дослідженнях Уолтер Ліппман. Важливо підкреслити, що Бернейс і Ліппман працювали разом в американському Комітеті з питань громадської інформації, Е. Бернейс часто цитував Ліппмана у своїй роботі «Пропаганда» (1928 р.)[31]. Це грандіозне видання ілюструє силу пропаганди на масову свідомість в різних сферах людського життя і з цього приводу доречною є цитата з його праці: «Свідоме та розумне маніпулювання організованими звичками та думками мас є важливим елементом демократичного суспільства. Ті, хто маніпулює цим невидимим механізмом суспільства, утворюють невидимий уряд, який є справжньою правлячою владою нашої країни»[32].

Формуючи комунікативні стратегії Едвард Бернейс використовував психологію мас і психоаналітичні ідеї свого відомого дядька Зиґмунда Фройда. Він активно послуговувався ідеями психоаналізу з метою максимізації комерційного ефекту, адже у 1923 році заснував перший відділ зв'язків з громадськістю

[28] E. Bernays, *„Father of Public Relations" And Leader in Opinion Making*, Dies at 103, „The New York" 1995, March 10, https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/98/08/16/specials/bernays-obit.html?_r=2, доступ: 30 VI 2023.

[29] C. Neumann, *Committee on Public Information*, https://www.mtsu.edu/first-amendment/article/1179/committee-on-public-information; R. Gunderman, *The manipulation of the American mind: Edward Bernays and the birth of public relations*, „The Conversation" July 9, 2015, https://theconversation.com/the-manipulation-of-the-american-mind-edward-bernays-and-the-birth-of-public-relations-44393, доступ: 30 VI 2023.

[30] R. Gunderman, *The manipulation of the American mind: Edward Bernays and the birth of public relations*, op. cit.

[31] Див., напр.: E. Bernays, *Propaganda*, New York: Horage liveright, 1928. 159 p, https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english_.pdf, доступ: 30 VI 2023.

[32] *Ibidem*, p. 9.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

в Нью-Йоркському університеті[33]. Також працював консультантом для багатьох компаній, установ, політичних посадовців і громадських осіб, а серед його клієнтів були найвідоміші міжнародні компанії, такі як Procter & Gamble, American Tobacco Company, General Electric та ін.[34]. Існує цікавий факт, що у 1920-х роках Йозеф Геббельс був пристрасним шанувальником Бернейса та його творів, і навіть створення «культу фюрера» навколо А. Гітлера було втіленням саме напрацьованих ідей Едварда Бернейса[35].

5. Теодор Адорно і Макс Хоркхаймер

Крім американських дослідників суттєвий внесок у філософське обґрунтування впливу масових комунікацій на погляди й думки аудиторії здійснили німецькі соціологи Франкфуртської школи: Теодор Адорно і Макс Хоркхаймер[36]. Група німецько-єврейських інтелектуалів, яка сформувалася навколо Макса Хоркхаймера, керівника Франкфуртського інституту соціальних досліджень, стала відомою як «Франкфуртська школа» (неомарксизм). Одним із головних напрямків її дослідження було питання про те, чому просвітницьке мислення, яке обіцяло людям звільнення від природних сил і забобонів через власний розум, змогло перетворитися на варварство націонал-соціалізму, адже мас-медіа відіграли провідну роль в приході Гітлера до влади[37]. Це й заклало основи розвитку «Критичної теорії», спочатку у Франкфурті, а потім під час нацистського періоду, наукова робота продовжилася в американському вигнані. Ще з початку 1930-х років в «Інституті соціальних досліджень» працювали представники різних наукових напрямків: психоаналіз (Е. Фромм), філософія (Макс Хоркхаймер, Г. Маркузе, пізніше також Т. Адорно); теорія культури (В. Бенджамін); соціологія (Л. Ловенталь)[38]. Після отримання у 1940 р. американського громадянства М. Хоркхаймер переїхав до Каліфорнії і там разом з Т. Адорно працювали над книгою «Діалектика просвітництва» (1944 р.)[39]. Один із розділів книги під назвою «Індустрія культури: Просвітництво як масовий обман» присвячений аналізу засобів масової комунікації, їх ролі і місця у функціонуванні сучасного суспільства. Під інду-

[33] Edward Louis Bernays, https://www.bernays.hr/Home/Page/en-US?name=who-is-edward-bernaise, доступ: 30 VI 2023.

[34] *Ibidem.*

[35] R. Gunderman, *The manipulation of the American mind: Edward Bernays and the birth of public relations*, „The Conversation" July 9, 2015, https://theconversation.com/the-manipulation-of-the-american-mind-edward-bernays-and-the-birth-of-public-relations-44393, доступ: 30 VI 2023.

[36] Frankfurt School. German research group, https://www.britannica.com/topic/Frankfurt-School, доступ: 30 VI 2023.

[37] Die Frankfurter Schule, https://www.lernhelfer.de/schuelerlexikon/deutsch-abitur/artikel/die-frankfurter-schule#, доступ: 30 VI 2023.

[38] *Idibem.*

[39] M. Horkheimer, T. Adorno, *Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments*, California: Stanford university press, 2002. 282 p. https://sisu.ut.ee/sites/default/files/mdad/files/max_horkheimer_theodor_adorno_gunzelin_noeri_eb-ok.org_.pdf, доступ: 30 VI 2023.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

стрією культури автори розуміли масове виробництво відповідних культурних форм, які перетворюють аудиторію у пасивну однорідну масу, яка не здатна до критичного сприйняття потоку інформації[40]. Маси отримують не ту інформацію яку бажають, а саме ту, яка їм пропонується. На їх думку, основну роль у формуванні масової свідомості складають різноманітні розважальні програми, що привертають увагу аудиторії легким і доступним змістом. А це і сприяє пасивності споживачів інформації і підвищує їх сприйняття до різного роду пропагандистських впливів, які управляють свідомістю і поведінкою мас в потрібному для суб'єктів пропаганди напрямку[41]. Варто підкреслити, що концепція Адорно і Хоркхаймера утвердилася в період формування фашизму в Німеччині з його потужною нацистською пропагандою. Крім того, вони вважали, що в США відбувається аналогічний процес: мас-медіа спрямованістю свого впливу на масову свідомість і поведінку створюють передумови для знищення демократії і появи тоталітарної диктатури[42].

На думку Т. Адорно, усі ці передумови проявляються у придушенні індивідуальності, а також пануванні масової культури як основи для формування авторитарної особистості[43]. ЗМІ відіграють роль наркотичного засобу, який сприяє перетворенню відповідальних особистостей в конформістів із стадним типом поведінки. Що стосується механізмів впливу мас-медіа на людську поведінку і свідомість, то тут соціологи Франкфуртської школи притримуються думки, що сприйняття людиною маніпулятивних впливів ЗМІ відбувається в неусвідомленому стані. В принципі, дотримуючись тверджень Г. Лассуела, вони розглядали навіяну медіа інформацію як однонаправлену індоктринацію[44] особистостей, що безпосередньо проникає у свідомість людини і позбавляє її можливості раціонально мислити і робити відповідні висновки[45].

Вже на початку 40-х років під впливом різних емпіричних досліджень впевненість у могутній силі медіа змінюються більш стриманим відношенням до її можливостей впливати на масову аудиторію. Саме в цей період виникає поняття «аудиторії, яка чинить опір», а теоретичні концепції про вплив ЗМІ отримують назву «концепції обмеженого впливу» (П. Лазарсфельд, Г. Лассуел, К. Ховленд, Е. Катц, Б. Берельсон, Р. Мертон та ін.)[46]. У цей період навіть Г. Лассуел визнав, що теорія «магічної кулі» не відповідає тодішній політичній системі управління. І це

[40] T. Adorno, *Horkheimer M., The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception*, https://www.marxists.org/reference/archive/adorno/1944/culture-industry.htm, доступ: 30 VI 2023.

[41] *Ibidem*.

[42] А. Черных, *Мир современных медиа*, Москва: Территория будущего, 2007, с. 22.

[43] *Ibidem*.

[44] В маніпулятивних технологіях індоктринацію визначають як навчання якої-небудь доктрини без залучення критичного сприйняття, https://uk.wikipedia.org/wiki/Індоктринація, доступ: 30 VI 2023.

[45] А. Черных, *Мир современных медиа*, *op. cit*., с. 22.

[46] А. Черных, *Мир современных медиа*, *op. cit*., с. 23.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

зрозуміло, якщо для політичної ситуації 1930-х років переконання було ефективним засобом масово-комунікаційного впливу, то вже наприкінці 40-х рр. науковці почали шукати нові форми роботи з масовою аудиторією, і вони базувалися на ефектах медіа. На цьому хронологічному етапі австро-американський соціолог, засновник Бюро прикладних соціальних досліджень Колумбійського університету, П. Лазарсфельд розумів, що масова комунікація повинна вивести суспільство з кризи і сприяти розвитку демократичних відносин. Він провів масштабні дослідження впливу ЗМІ на суспільство, зокрема на поведінку при голосуванні. Лазарсфельд розробив теорію «двоступеневого впливу» комунікації, ґрунтуючись на своїх висновках про те, що більшість широкої громадськості не формувала свою думку чи вирішувала напрямок дій на основі безпосереднього отримання інформації, а радше покладалася на «лідерів думок» (про це детально в новій публікації)[47]. Зрозуміло, що за таких обставин, робота з аудиторією вимагала ретельнішого підходу, тому соціологи та психологи вивчали громадськість застосовуючи експерименти і опитування, аналізуючи зміст повідомлень і специфіку каналу, звертали увагу на міжособистісні відносини, лідерів думок та ін.

6. Висновки

Теорії пропаганди 20–30-х рр. XX ст. були першими справжніми теоріями, в центрі уваги яких було вивчення медіа, вони намагалися пояснити спроможність повідомлення переконати аудиторію у прийнятті необхідного комунікатору рішення. Дослідженням впливу масових комунікацій займались соціологічні школи в США та Європі, зокрема звертаємо увагу на Чиказьку школу прагматизму та Франкфуртську неомарксизму. Перша з'явилася в США і характеризувалася емпіризмом, прагматизмом, функціоналізмом і позитивізмом. Процеси урбанізації підштовхнули соціологів Чикаго досліджувати соціологію масової свідомості і громадської думки, соціальної психології, зайнятості та ін. Емпіризм та прагматизм як нові напрямки вивчали ті процеси, які реально відбувалися в суспільстві, тому виходячи з теорії прагматизму Дьюї, істинним є тільки те, що дає практичний результат і приносить користь людям[48]. У той же час, дослідження європейських вчених-критиків більше ґрунтувалися на філософській базі, бо розглядали мас-медіа в більш широкому соціальному контексті, а також пропонували теорії, які намагались спрогнозувати важливі тенденції в культурі й суспільстві. Інтелектуали, яких об'єднувала Франкфуртська школа, були незадоволені соціально-економічними тенденціями 1930-х років (капіталізмом, фашизмом, комунізмом), тому методом аналізу, названого критичною теорією, намагались показати проблеми сучасного суспільства.

[47] Paul Lazarsfeld, https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Paul_Lazarsfeld, доступ: 30 VI 2023.
[48] С. Квіт, *Масові комунікації*, *op. cit.*, с. 43.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

Варто зауважити, що у 20–30-х роках вивчення пропаганди базувався на загальноприйнятій теорії, яка отримала назву «магічна куля» або теорія «підшкірної голки», яка передбачала, що медіа і є тією самою «чарівною кулею», яка спроможна впливати на свідомість і змінювати поведінку людей. Дослідження масових комунікацій вказаного хронологічного проміжку часу характеризувалось однонаправленою комунікацією і заклало основи перших теорій пропаганди, які ефективно використовувалися для досягнення зовнішньополітичних цілей тодішніми лідерами. Після Першої світової війни в західних країнах проявився підвищений інтерес до вивчення теоретичних основ масової комунікації та інформаційного протиборства, почала розвиватися сфера паблік рілейшнз, яка продемонструвала унікальну можливість мобілізовувати громадськість. За допомогою засобів пропаганди і PR, американські президенти впливали на внутрішню аудиторію в США та за її межами, а також це допомогло утвердитись А. Гітлеру при владі. Вивчення цього етапу дає можливість зрозуміти ефективність механізмів масово-комунікаційного впливу на громадськість у 20–30-х рр. XX ст. та простежити, як це вплинуло на формування системи міжнародних відносин. З позиції сьогодення дана проблема не втрачає своєї актуальності, адже масова комунікація має безмежний вплив на громадську думку і поведінку людей, а сучасний світ все більше заполоняє тотальна маніпуляція та дезінформація, яка набирає нових форм та проявів.

Резюме: Наприкінці 1920-х і на початку 1930-х років у науковців появився інтерес до медіа як предмету дослідження, а також спостерігалося конкретне практичне втілення технологій мас-медійного впливу у політичне життя. Визначальною рисою цього періоду була безмежна сила ЗМІ впливати на людську поведінку за допомогою переконання, і поштовх до таких висновків дали успіхи держав Антанти в Першій світовій війні. Також цілеспрямований вплив медіа на громадськість та розвиток системи PR допомогли не тільки американським президентам впливати на внутрішню аудиторію в США та за її межами, але й масштабний пропагандистський вплив допоміг А. Гітлеру прийти до влади. На першому етапі дослідження масових комунікацій і теорії пропаганди виділяють два наукових напрямки: Чиказька школа прагматизму, представлена американськими дослідниками та Франкфуртська школа, яку розвивали європейські вчені. Аналіз їх досліджень продемонстрував перевагу однонаправленої комунікації, а засобом масово-комунікаційного впливу була сила переконання, за допомогою якого аудиторію позбавляли критичного мислення і перетворювали на пасивного учасника комунікації. Це і заклало фундамент перших теорій пропаганди, які ефективно використовувалися для досягнення зовнішньополітичних цілей тодішніми лідерами.

Ключові слова: теорії пропаганди, масова комунікація, медіа дослідження, масово-комунікаційний вплив, громадська думка, масова свідомість

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

The stages of media research development in Western sociology: the formation of propaganda models and their influence on changes in the mass consciousness of the public

Abstract: At the end of the 1920s and the beginning of the 1930s, scientists became interested in the media as a subject of research, and there was also a concrete practical implementation of the technologies of mass media influence in political life. The defining feature of this period was the limitless power of the mass media to influence human behavior through persuasion, and the impetus for such conclusions was given by the successes of the Entente states in the First World War. Also, the targeted influence of the media on the public and the development of the PR system helped not only the American presidents to influence the domestic audience in the USA and beyond, but also the large-scale propaganda influence helped A. Hitler comes to power. At the first stage of the study of mass communications and the theory of propaganda, two scientific directions are distinguished: the Chicago school of pragmatism, represented by American researchers, and the Frankfurt school, which was developed by European scientists. Analysis of their research demonstrated the superiority of one-way communication, and the means of mass-communication influence was the power of persuasion, with the help of which the audience was deprived of critical thinking and turned into passive participants in communication. This laid the foundation for the first theories of propaganda, which were effectively used to achieve foreign policy goals by the then leaders.
Keywords: theories of propaganda, mass communication, media research, mass communication influence, public opinion, mass consciousness

Etapy rozwoju badań medialnych w socjologii zachodniej: kształtowanie się modeli propagandowych oraz ich wpływ na zmiany w masowej świadomości społeczeństwa

Streszczenie: Pod koniec lat dwudziestych i na początku lat trzydziestych XX w. naukowcy zainteresowali się mediami jako przedmiotem badań, a także uwidoczniło się konkretne praktyczne wdrożenie technologii oddziaływania środków masowego przekazu na życie polityczne. Cechą charakterystyczną tego okresu była nieograniczona siła oddziaływania środków masowego przekazu na zachowanie ludzi, zaś impuls do takich wniosków dały sukcesy państw Ententy w I wojnie światowej. Również celowe oddziaływanie mediów na społeczeństwo oraz rozwój systemu PR pomogły nie tylko amerykańskim prezydentom oddziaływać na publiczność rodzimą w USA i poza jej granicami, lecz także oddziaływanie propagandowe na dużą skalę pomogło A. Hitlerowi dojść do władzy. Na pierwszym etapie badań nad komunikacją masową i teorią propagandy wyróżniają dwa kierunki naukowe: Chicagowska Szkoła Pragmatyzmu reprezentowana przez badaczy amerykańskich oraz Szkoła Frankfurcka rozwijana przez naukowców europejskich. Analiza ich badań wykazała wyższość komunikacji jednokierunkowej, a środkiem oddziaływania komunikowania masowego była siła przekonania, za pomocą której odbiorcę pozbawiali krytycznego myślenia i zamieniano na biernego uczestnika komunikacji. Położyło to podwaliny pod pierwsze teorie propagandy, które były skutecznie wykorzystywane przez ówczesnych przywódców do osiągania celów polityki zagranicznej.
Słowa kluczowe: teorie propagandy, komunikacja masowa, badania medialne, oddziaływanie komunikacji masowej, opinia publiczna, świadomość masowa

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

Bibliography

Adorno T., Horkheimer M., The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception, https://www.marxists.org/reference/archive/adorno/1944/culture-industry.htm

Bottom W.P., Kong D.T., «The casual cruelty of our prejudices»: On Walter Lippmann's theory of stereotype and its «obliteration» in psychology and social science. «*Journal of the History of the Behavioral Sciences*», Vol. 48(4), 2012. p. 363–394. https://www.researchgate.net/publication/230769142_The_casual_cruelty_of_our_prejudices_On_Walter_Lippmann's_theory_of_stereotype_and_its_obliteration_in_psychology_and_social_science

Bernays E., Propaganda. New York: Horage liveright, 1928. 159 p.
https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english_.pdf

Celmer M., The Solution to the Dewey/Lippmann Debate, «The Graduate Research Journal», file:///C:/Users/USER/Desktop/12754-Article%20Text-31478-1-10-20140421.pdf

Charles Edward Merriam, https://military-history.fandom.com/wiki/Charles_Edward_Merriam

Chernyih A., Mir sovremennyih media, Moskva: Territoriya buduschego, 2007. 312 s.

Chomsky N., Propaganda Wars Are Raging as Russia's War on Ukraine Expands, «Truthout», April 28, 2022, https://chomsky.info/20220428/

Costigliola F.C., Awkward Dominion: American Political, Economic, and Cultural Relations with Europe, 1919–1933. Cornell University Press; Reprint edition, 1988. 384 p. https://www.goodreads.com/book/show/714071.Awkward_Dominion

Davis A., European Propaganda During World War I., https://blogs.bu.edu/guidedhistory/moderneurope/europeanpropagandaduringworldwar1/

Dewey J., American philosopher and educator, https://www.britannica.com/biography/John-Dewey

Die Frankfurter Schule, https://www.lernhelfer.de/schuelerlexikon/deutsch-abitur/artikel/die-frankfurter-schule#

Edward Bernays, «Father of Public Relations» And Leader in Opinion Making, Dies at 103, «The New York» 1995, March 10, https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/98/08/16/specials/bernays-obit.html?_r=2

Edward Louis Bernays, https://www.bernays.hr/Home/Page/en-US?name=who-is-edward-bernaise

Frankfurt School. German research group, https://www.britannica.com/topic/Frankfurt-School

García C., Rethinking Walter Lippmann's legacy in the history of public relations, January 2010, pp. 1–10. https://www.researchgate.net/publication/303696828_Rethinking_Walter_Lippmann's_legacy_in_the_history_of_public_relations

Gunderman R., The manipulation of the American mind: Edward Bernays and the birth of public relations, «The Conversation» July 9, 2015. https://theconversation.com/the-manipulation-of-the-american-mind-edward-bernays-and-the-birth-of-public-relations-44393

Horkheimer M., Adorno T., Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments, California: Stanford university press, 2002. 282 p. https://sisu.ut.ee/sites/default/files/mdad/files/max_horkheimer_theodor_adorno_gunzelin_noeri_eb-ok.org_.pdf

John Watson and Behaviorism: Theory & Experiment, https://study.com/academy/lesson/john-watson-and-behaviorism-theory-lesson-quiz.html#:~:text=Behaviorism%2C%20according%20to%20Watson%2C%20was,study%20of%20humans%20or%20animals.

Kvit S., Masovi komunikatsii, Kyiv: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2008. 206 s.

Pobrane z czasopisma Wschód Europy **http://journals.umcs.pl/we**
Data: 17/11/2026 05:06:30

LassWell H., Propaganda Technique in the World War, New York: Peter Smith, 1938/1927. 259 p. http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id= mdp.39015000379902;view=1up;seq=327

LassWell H., The Structure and Function of Communication in Society, http://sipa.jlu.edu.cn/__local/E/39/71/4CE63D3C04A10B5795F0108EBE6_A7BC17AA_34AAE.pdf

Lippmann W., Public Opinion, New York: Macmillan, 1922. 427 p. https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf

Makukh-Fedorkova I.I., Naukove vyvchennia vplyvu ZMI v doslidzhenniakh amerykanskoho politoloha Harolda Lassuela, «Mediaforum. Analityka. Prohnozy. Informatsiinyi menedzhment:zb. nauk. prats». Chernivtsi: Chernivetskyi nats. un-t, 2016, Vyp. 3–4., s. 135–146.

Naumenko T.V., Sociology of mass communication, St. Petersburg: Piter, 2005, 288 p.

Neumann C. Committee on Public Information, https://www.mtsu.edu/first-amendment/article/1179/committee-on-public-information

Office of War Information, https://guides.loc.gov/rosie-the-riveter/office-of-war-information

Paul Lazarsfeld, https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Paul_Lazarsfeld

Rossini D., Woodrow Wilson and the American Myth in Italy: Culture, Diplomacy, and War Propaganda, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2008. 276 p. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09592290902782541

Schramm, Wilbur (1907–1987), https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/schramm-wilbur-1907-1987

Walter Lippmann and John Dewey, https://www.infoamerica.org/teoria_articulos/lippmann_dewey.htm