

УДК 007 : 070.48 : 379.823

## РОЗВАЖАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ У ФУНКЦІОНАЛЬНІЙ СИСТЕМІ МАС-МЕДІА ТА РОЗВАЖАЛЬНІ ПРОПОЗИЦІЇ РАНЬОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ: ТЕОРЕТИКО-ЗМІСТОВИЙ АСПЕКТ

**КОСТРОВА Вікторія,**

аспірант,

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, Суми, 40007, Україна, e-mail: victoria\_zvm@ukr.net

*У статті розглядається розважальна функція мас-медіа в системі масової комунікації як наукова проблема та з'ясується соціокомунікативна сутність перших українських розважальних видань. Аналізуючи часописи «Лада», «Вечерниця», «Золотая грамота», «Недѣля», «Весна», «Дзвонокъ» за період з 1812 по 1890 рр., автор доходить висновку, що розважальна періодика тих часів має національно-патріотичне забарвлення й позначається злиттям літературно-художньої, наукової, моральної й етично-дидактичної інформації. До розважальних пропозицій віднесено фольклор, літературні твори всіх жанрів – від гумористичних до публіцистичних, музичні та театральні твори, популярно-пізнавальні статті з різних галузей знань та господарства, а також анекдоти, любовні історії, розповіді про життя вельмож, інформацію про модні тенденції, поради з пошиття одягу, кулінарні рецепти, спиритичні сесанси тощо.*

**Ключові слова:** функції мас-медіа, комунікативістика, розважальна інформація, контент, соціокомунікативна сутність, часопис.

**Вступ.** Той факт, що мас-медіа відіграють важливу роль у процесі суспільного розвитку та життєдіяльності окремої людини, уже давно не викликає сумнівів. Беззаперечним є й те, що ця роль посилюється завдяки глобалізації та формуванню інформаційного типу суспільства.

За допомогою мас-медіа, пише В. Іванов, «здійснюється потужний соціальний (ідеологічний, політичний, культурний) вплив на людей. Масова комунікація впливає як на усвідомлення особистістю самої себе і свого місця в соціумі, так і на самопізнання та самоспостереження соціуму. Окрім того масова комунікація формує норми та стверджує стереотипи поведінкових реакцій у міжособистісному і міжгруповому спілкуванні» [1, с. 92]. Останнім часом, як слушно зауважують німецькі дослідники З. Вайшенберг, Г. Кляйнштойбер та Б. Пьорксен, «мас-медіа вдаються до тиражування розважальних програм, особливо чітко це видно на прикладі бульварної преси та комерційних радіостанцій» [2, с. 334].

**Мета дослідження** – визначити місце розважальної преси у складній системі функціонування мас-медіа та з'ясувати соціокомунікативну сутність перших видань в Україні, які закладали підвалини формування розважального контенту.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження використано такі методи: описовий – спрямований на одержання інформації, що дає повний опис видань, їх кількісних і якісних характеристик. У поєднанні з аналітичним описовий метод дозволив визначити притаманні лише їм риси, пов'язані з виконанням різних функцій задоволення потреб цільової аудиторії. Історичний метод дозволив простежити, принцип, за яким розвивалися часописи, що пропонували розважальну інформацію, порівняння та аналіз для дослідження теоретичних аспектів досліджуваної проблеми. Метод аналізу та синтезу був задіяний при опрацюванні теоретичних праць, присвячених розважальній функції мас-медіа.

© Кострова В., 2017

**Результати й обговорення.** У науці про комунікативістику проблема призначення мас-медіа позначена дискусією. Ще один із ранніх комунікативістів Г. Лассуелл виокремив такі функції журналістики, як інформаційна, вплив на суспільство через зворотній зв'язок, пізнавально-культурологічна [3]. Д. Макквейл додав ще одну мобілізуючу [4], а Ч. Райт – розважальну [5].

Основним призначенням мас-медіа є зберігання людських цінностей та соціальних інститутів у єдності з соціумом. «Контроль за навколишнім середовищем та попередження суспільства про небезпеку її руйнування, кореляція елементів суспільства і середовища, збереження і передача соціально-культурної спадщини» [6]. Як бачимо, важливість мас-медіа визначається їх соціалізуючою функцією. Особливості поведінки в суспільстві, стереотипи, цінності людина усвідомлює в процесі комунікації, де медіа все більше перебирають на себе цю роль.

Саме такою була позиція і ранніх комунікативістів, зокрема Г. Лассуелла, Д. Макквейла та Ч. Райта. Свого часу Д. Макквейл писав: «Потреба в інформації: орієнтованість щодо релевантних подій в безпосередньому оточенні, у суспільстві та світі; пошук порад щодо практичних питань, точок зору, альтернатив у процесі прийняття рішень; задоволення цікавості й загальний інтерес; навчання, підвищення кваліфікації, прагнення почуття впевненості, які дають знання. Необхідність особистої ідентичності: посилення особистісних ціннісних позицій, пошук моделей поведінки. Необхідність інтеграції і соціальної інтеракції: поставити себе в умови життя інших (соціальна емпатія); ідентифікувати себе з іншими, мати почуття приналежності; отримати основу для розмов і соціальної інтеракції; знайти заміну для (відсутнього) спілкування чи партнера; отримати допомогу у виборі соціальних ролей; встановити контакт з сім'єю, друзями та суспільством. Потреба розваг: втеча від дійсності, проблем; релаксація; культурне та естетичне виховання; заповнення вільного часу; емоційна розрядка; сексуальна стимуляція» [4]. Таким чином, дослідник називає чотири напрями життєдіяльності суспільства, які покликані забезпечити основні соціальні й психологічні потреби людини. Саме їх задовольняють мас-медіа.

Н. Луман до основною вважає таку функцію мас-медіа, як управління самоспостереженням за суспільною системою. Оприлюднена інформація, зазначає вчений, втрачає свою новинну цінність, а відтак трансформується і інформаційність. Водночас завдяки «діяльності медіа з'являється уявлення про світ і суспільство, на які орієнтується саме суспільство» [7].

Три групи функцій мас-медіа називає С. Бориснєв: головну, основну і спеціалізовану. До головної групи дослідник відносить функції взаємодії і впливу; до основної – репрезентативну, експресивну і комунікативну; до спеціалізованої – контактовою-становлюючу (або фатичну), самопрезентаційну (або самооцінки), апелятивну (або звертання), спонукальну (мотиваційну), функцію волевиявлення (або директивну), регулюючу (або саморегулюючу), ритуальну (або магічну), перформативну (або формативну) [8, с. 265–266].

Подібною до класифікації функцій мас-медіа, запропонованої ранніми комунікативістами, є точка зору А. Шеремета, який виділяє функції інформування, формування думки, конативну (поведінкову), рекреативну та спілкування [9].

Серед українських вчених функції мас-медіа вивчали В. Здоровега, А. Москаленко, О. Кузнецова, З. Партико та інші.

Головними функціями мас-медіа О. Кузнецова називає соціальну, загальнопсихологічну та соціально-психологічну. На її думку, «суть соціальних функцій у підтримці та зміцненні влади тих, хто матеріально підтримує медіа, в основі діяльності яких лежать потреби суспільства в інформації» [10, с. 14–15]. Відтак дослідниця виокремлює інформаційну, регулятивну (або управлінську), об'єднувальну (або інтегративну), виховну, ідеологічну, контролюючу. Серед загальнопсихологічних –

утилітарну (або практичну) та емоційної розрядки (або релаксації), а до соціально-психологічних відносить соціальне орієнтування, належність до групи або афеляції, контактування та самоствердження» [10]. Отже, О. Кузнецова розважальну інформацію відносить до загальнопсихологічної групи.

Цікавою видається класифікація З. Партико [11], який призначення масової інформації вбачає у віддзеркаленні значних подій, значних рішень владних структур, реакції на дії інститутів суспільства, забезпеченні суспільного діалогу, коригуванні діяльності суспільних інститутів, сприянні демократичності інститутів, розширенні демократичності суспільства, задоволенні пізнавальних естетичних і емоційних потреб членів суспільства, формуванні системи цінностей, впливі на членів суспільства у всіх сферах їх суспільного життя, формуванні суспільної свідомості членів суспільства. Таким чином, З. Партико вважає, що розваги задовольняють пізнавальні естетичні та емоційні потреби. Таким чином, по-різному називаючи ті чи інші функції мас-медіа, усі дослідники виокремлюють розважальну (рекреативну).

Схематично всю інформацію, яку продукують засоби масового впливу, В. Здорова поділив на шість груп: офіційну, родієву, науково-просвітницьку, ділову, естетично-розважальну, власне публіцистику, – і зробив висновок: «по-перше, естетично-розважальна інформація переважає всі потоки інформації на радіо і телебаченні, є домінуючою в окремих програмах, а, по-друге, саме розважальна інформація має найбільшу аудиторію» [12, с. 23].

Сьогодні розважання, пронизавши всі суспільні сфери, фактично стало життєвою філософією. Журналісти готують матеріали, які, на їх думку, мають розважати аудиторію. Оскільки це не завжди стається, то очевидно, що вони продукують лише розважальні пропозиції. «Тільки тоді, коли фактично аудиторія отримує від таких повідомлень розвагу, розважальну пропозицію можна вважати розважанням», – слушно зауважують З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер та Б. Пьорксен [2, с. 417].

Усвідомлюючи те, що багато людей чекають від медіа, передусім, задоволення потреб у відпочинку, розрядці та розвагах, А. Москаленко описав дві концепції того, як ЗМІ можуть виконувати розважальну функцію. «Одна концепція виходить з того, що ЗМІ віддають перевагу кожній темі, яка має розважальну цінність. Такий шлях обрали передусім бульварні газети (popular papers) та приватні телестанції. Інша концепція має на меті репрезентувати якомога більше матеріалів на політичну, економічну та культурну тематику, подаючи їх як розважальну інформацію. Саме звідси виникло поняття «infotainment» (інформація+розвага)» [13, с. 176].

Залучивши до аналізу історико-бібліографічне дослідження «Українська преса в Україні та світі XIX–XX ст.» [14], визначимо, як періодика XIX ст. продукувала розваги.

Серед перших видань слід назвати часопис «Лада» – «письмо повременное русскимъ дѣвицамъ и молодикамъ въ забаву и поученіе», що видавався у Львові в 1853 р. [14, с. 137]. Впродовж чотирьох місяців вийшло 15 номерів. Часопис був адресований жінкам і своє завдання вбачав у задоволенні потреб інтелігенток. Тематика контенту характеризується різноманітністю і подекуди є, на наш погляд, далекою від розважальної: статті, кореспонденції та інформаційні замітки, присвячені землевпорядкуванню, сільському господарству, винаходам, церковним справам, господарській тематиці, зокрема, домоводству, кулінарії тощо. Друкував часопис матеріали щодо виховання дітей, а також літературні твори О. Пушкіна, М. Гоголя, Ф. Сологуба. У кількох номерах був опублікований переклад п'єси Г. Бенедикса, яка йшла у львівському театрі. Власне розважальними можна вважати анекдоти, гумористичні оповідки, прислів'я, які друкувалися в кожному номері. У рубриці «Врачебная наука» публікувалися лікарські рецепти, окремі рубрики складали поради з пошиття одягу, модні тенденції, роз'яснення незрозумілих слів та тематично близькі повідомлення про любовні історії, спіритичні сеанси й життя вельмож. Окремо

слід назвати публікації, присвячені етикету, що друкувалися в кожному номері й займали значне місце в контенті видання.

«Вечерницѣ» – «літерацьке письмо для забавы и науки» мало патріотичне забарвлення і виходило щочетверга [14, с. 170]. Видання було засноване Ф. Заревичем, В. Шашкевичем та К. Климковичем у 1862 р.. У часописі друкувалися науково-популярні, історичні, публіцистичні, мовознавчі та літературознавчі статті, а також поезії українських авторів, зокрема В. Бучацького, В. Залозецького, Є. Згарського, К. Климковича, О. Кониського, Ю. Стесловича, М. Устияновича, повісті й оповідання таких письменників, як Ф. Заревич, В. Бертанович, М. Александрович, А. Вахнянин, П. Куліш та інших. Літературні твори не тільки популяризували українську літературу, а й виховували та навчали молодих галичан. Були публікації Г. Ганкевича та інших на природничі теми, історичні розвідки М. Костомарова, П. Куліша, І. Шараневича та інших. Літературознавчі розвідки, критичні матеріали щодо розвитку галицько-руської писемності, проблем української мови, а також статті про представників української літератури, зокрема про Т. Шевченка наповнювали шпальти «Вечерницѣ».

«Золотая грамота» – илюстрованое письмо для поученія и забавы» видавалося з 1864 по 1867 рр. у Відні [14, с. 195]. Видання містило казки, повісті, народні пісні, легенди, математичні задачі, анекдоти та ілюстрації. На шпальтах часопису знаходимо публікації на історичну та літературознавчу тематику, зокрема життєві історії про визначних людей, розповіді про знамениті місця та історичні пам'ятки.

«Недѣла – письмо народне для науки и забавы, хозяйства, промыслу и торговлѣ», виходило щонеділі в перший та шістнадцятий день місяця з 1865 р. по грудень 1866 р. [14, с. 204] Тематика різноманітна: релігійно-просвітницькі (підготовані Г. Крижановським), економічно-господарські (статті Г. Легіна, І. Наумовича, М. Устияновича, Л. Трещаківського), громадсько-культурні (рубрики «Що чувати», «Новини»), медичні матеріали (найчастіше П. Янковського), порушувало питання просвіти українського народу взагалі та шкільництва зокрема (рубрика «Дописи»). Також часопис порушував питання, які стосувалися економіко-господарських проблем. Це, зокрема, матеріали Г. Легіна, І. Наумовича, М. Устияновича, Л. Трещаківського та інших. У 1866 р. з'являється постійна рубрика «Бесѣда соймового посла съ выборцами о рѣчахъ громадськихъ и краевыхъ» щодо свободи особистості, громадської позиції, депутатських чеснот. Друкувалися й художні твори В. Воляна та Микити, повісті та оповідання Г. Легіна, С. Метелі, С. Омелянського, М. Попеля, Г. Савчинського, байки Л. Глібова, поезії Д. Вінцьковського, Л. Данилевича, Б. Дідицького, І. Наумовича, Г. Савчинського, І. Шараневича, Т. Шевченка та ін. Публікацій власне розважальних матеріалів ми не відслідкували.

Часопис «Весна» – «письмо для забавы и науки», виходив у Коломиї в 1878–1880 рр. два рази на місяць [14, с. 289]. Основною метою редакції часопису було літературно-наукове виховання народу та популяризація рідної мови. Часопис друкував цікаві матеріали із окремих наук, а також господарські поради, вірші, оповідання, драматичні твори. Серед авторів «Весни» були Ц. Білиловський, Т. Білоус, С. Воробкевич, В. Залозецький, Ф. Миськевич, І. Пасічинський, І. Шушковський та інші.

У 1979 р. з'являється рубрика «Всячина», де публікувалися анекдоти, ребуси, шаради, логогрифи. Рубрика «Современна лѣтопись», яка була лише в двох номерах часопису, містила матеріали на історичні, народознавчі та політико-економічні теми. Видання не користувалося популярністю серед передплатників і у 1879 р. редакція звернулася до засновників «Газети школьной» із пропозицією стати додатком до видання, однак отримала негативну відповідь і призупинила свою діяльність.

До перших видань, які пропонували елементи розваги для дітей та молоді, варто віднести часопис «Дзвѣнокъ», що виходив у Львові з 1890 по 1914 рр. і мав два періоди у своєму розвитку. Цікаво, що й перший період (1890–1894 рр.) під назвою зазначалося «ілюстроване видання», а у другий (1894–1914 рр.) – розважальне.

Свою мету видавці вбачали у вихованні дітей та молоді не лише як зразкових учнів, підготовлених до гідного дорослого життя, а й патріотів, свідомих та гуманних громадян. На сторінках часопису друкувалися художні твори, казки, повісті та оповідання Катрі Гриневичевої, Д. Лепкого, Євгена Мандичевського, І. Спілки, Д. Пісочинця, Г. Хоткевича, байки Л. Глібова, Одарки Романової, Данила Ткаченка, Ю. Федьковича, п'єси та вірші П. Грабовського, О. Кониського, Уляни Кравченко, Б. Лепкого, Олени Пчілки, Лесі Українки, Т. Шевченка, поеми. Значна частина контенту заповнювалася популярно-пізнавальними статтями з історії, етнографії, літератури, природознавства, географії (цикл нарисів М. Загірньої, статті В. Гориневича). Окремий блок складали загадки, забави, природні приказки, ноти та пісні, бібліографічні довідки. Часопис розміщував ілюстрації пам'яток архітектури України та зарубіжжя, портрети письменників та культурних діячів, а також ілюстрації до літературних творів.

Друкував часопис переклади відомих російських та зарубіжних письменників, зокрема Дж. Бокаччо, А. Доде, Сервантеса, Ш. Перро, Дж. Свіфта, Л. Толстого, І. Тургенева, В. Гюго, М. Лермонтова, М. Некрасова, О. Пушкіна та ін., а також переклади казок Г.-К. Андерсена, братів Грімм, байок Езопа та І. Крилова, а також казок та байок інших народів – чеського, японського, сербського, хорватського. Видання постійно публікувало популярні пізнавально-інформаційні матеріали, зокрема О. Барвінковського, Н. Вахнянина, В. Коцовського, І. Спілки, Е. Тимченка, нариси Катрі Гриневичевої, короткі бібліографічні відомості та портрети українських письменників – Ганни Барвінок, Л. Глібова, Є. Гребінки, Є. Згарського, М. Костомарова, І. Котляревського, М. Максимовича, А. Метлинського, І. Франка, М. Шашкевича, Т. Шевченка та ін., про життєдіяльність св. Кирила та Мефодія.

У 1907 р. з'явилася рубрика «Додаток для малих читачів», де друкувалися байки, вірші, оповідання та короткі повісті українських та зарубіжних авторів. Усі матеріали адресувалися наймолодшим читачам.

Тематику контенту часопису визначали постійні рубрики «Учені розмови Никольця з татуськом», «Початки письменства на Русі», «Перші друкарні руских книжок», «Про найдавніше письмо Славян», «Задачѣ ребусы шарады», «Загадки», «Куток-сьмішок», «Нові книжки», «Переписка Редакції».

Висновки та перспективи. Таким чином, нами було відібрано 6 видань: «Лада», «Вечерницѣ», «Золотая грамота», «Недѣла», «Весна», «Дзвѣнокъ» із 726 у період з 1812 р. по 1890 р., що складає 0,82%. Серед них одне видання власне розважальне – «Дзвѣнокъ» – адресоване дітям, одне видання «Лада» для дівчат «вѣ забаву и поученіе», ще одне – «Вечерницѣ» – «литерацьке письмо для забавы и науки». Решта три для широкого загалу читачів – «ілюстрованое письмо для поученія и забавы» «Золотая грамота», «письмо народне для науки и забавы» «Недѣла» та «Весна». Щодо розважальних пропозицій, то слід зазначити, що до розваг були віднесені фольклор, літературні твори усіх жанрів від гумористичних до публіцистичних. Це були роботи як українських письменників, так і зарубіжних. Широко представлені музичні та театральні твори, популярно-пізнавальні статті з різних галузей знань та господарства.

Звернімо увагу, акцент робився на етнографію та історію, українську мову та літературу. Значна частина контенту присвячувалася етичним та проблемам виховання й релігії. Серед власне розважальних пропозицій відзначимо такі: анекдоти, любовні історії, розповіді про життя вельмож, інформацію про модні тенденції, поради з пошиття одягу, кулінарні рецепти, спіритичні сеанси тощо. Серед особливостей

подання розважальної інформації зазначеного періоду слід назвати злиття науки з розвагами та сильне національно-патріотичне забарвлення.

Оскільки рекреативна преса як важлива складова мас-медіа має специфічні особливості, динамічну структуру, стрімко урізноманітнюється, то актуальним науковим завданням вважаємо визначення функціонально-типологічних особливостей рекреативної преси сучасної України.

1. *Иванов В. Ф.* Массовая коммуникация : моногр. / Валерий Феликсович Иванов. – К. : Академия украинской прессы, Центр Свободной прессы, 2013. – 902 с.
2. *Вайшенберг З.* Журналистика та медіа / З. Вайшенберг, Г. Й. Кляйнштойбер, Б. Пьорксен / Пер. з нім. П. Демешко та К. Макеєв ; за заг. ред. В. Иванова, О. Волошенюк. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
3. *Lasswell H. D.* The Structure and Function of Communication in Society // The Communication of ideas. – N.-Y. : Harper and Brothers, 1948.
4. *McQuil D.* Mass Communication Theory. Fn Introduction. – London, Thousands Oaks, New Delfi, 1994.
5. *Wright Ch.* Mass Communication. A Sociological Perspective. – N.-Y., 1986.
6. *Землянова Л. М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова. – М. : Изд-во Московского университета, 1999. – 301 с.
7. *Луман Н.* Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с немецкого А. Ю. Антоновского. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.
8. *Бориснев С. В.* Социология коммуникации : учеб. пособие для вузов / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ-ДАТА, 2003. – 270 с.
9. *Шеремет А. Н.* Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ : автореф. дис. на соискан. научн. степени канд. социолог. наук : спец. 22.00.06 «Социология культуры, духовной жизни» / А. Н. Шеремет. – Екатеринбург, 2003. – 20 с.
10. *Кузнецова О. Д.* Засоби масової комунікації / О. Д. Кузнецова. – Львів, 2005. – 200 с.
11. *Партико З. В.* Теорія масової комунікації : навч. посіб. / З. В. Партико. – Львів, 2008. – 309 с.
12. *Здоровега В.* Теорія і методика журналістської творчості / В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 352 с.
13. *Москаленко А. З.* Теорія журналістики : навч. посібник / А. З. Москаленко. – К. : ЕкС-Об, 2002. – 336 с.
14. *Українська преса в Україні та світі XIX–XX ст. : Історико-бібліографічне дослідження. – Т. 1 : 1812–1890 рр. / НАН України. Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаніка. Відділення «Науково-дослідний центр періодики» ; уклад. М. В. Галушко, М. М. Романюк, Л. В. Снісарчук. – Львів : Оріяна-Нова, 2007. – 560 с.*

UDC 070.48:379.823

### **Entertainment information in the functional system media and entertainment proposals of early Ukrainian press: theoretical and substantial aspect**

**Kostrova Victoria**, PhD student, Sumy State University, 2, Rymsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine, e-mail: victoria\_zvm@ukr.net

*In the article the entertainment function of mass media in mass communication as a scientific problem is investigated and the documenting essence of the first Ukrainian entertainment publications is determined. Analyzing the magazines «Lada» [«Lada»], «Evenings» [«Vechornytsi»], «Gold diploma» [«Zolota hramota»], «Sunday» [«Nedilya»], «Spring» [«Vesna»], «Bell» [«Dzvonyk»] for the period from 1812 to 1890, the author comes to the conclusion that the entertainment periodicals of those times has the national-patriotic coloring and effect a fusion of literary, scientific, moral-didactic information. To the entertaining proposals belong folklore, literary works of all genres-from humorous to publicity, musical and theatrical works, popular and informative articles of different branches of knowledge and economy, anecdotes, love stories, stories about the lives of the nobles, information on fashion trends, tips for tailoring, cooking recipes.*

**Key words:** functions of mass media, communication, entertainment information, content, the essence of social communication, periodical.

## Развлекательная информация в функциональной системе масс-медиа и развлекательные предложения ранней украинской прессы: теоретико-содержательный аспект

Кострова Виктория

В статье рассматривается развлекательная функция масс-медиа в системе массовой коммуникации как научная проблема и выясняется социокоммуникативная сущность первых украинских развлекательных изданий. Анализируя журналы «Лада», «Вечерницъ», «Золотая грамота», «Недѣля», «Весна», «Дзвонікъ» за период с 1812 по 1890 гг., автор приходит к выводу, что развлекательная периодика тех времен имеет национально-патриотическую окраску и сказывается слиянием литературно-художественной, научной, моральной и нравственно-дидактической информации. К развлекательным предложениям отнесены фольклор, литературные произведения всех жанров – от юмористических до публицистических, музыкальные и театральные произведения, популярно-познавательные статьи по разным отраслям знаний и хозяйства, а также анекдоты, любовные истории, рассказы о жизни вельмож, информация о модных тенденциях, советы по пошиву одежды, кулинарные рецепты, спиритические сеансы и тому подобное.

**Ключевые слова:** функции масс-медиа, коммуникативистика, развлекательная информация, контент, социокоммуникативная сущность, журнал.

1. Yvanov, V. F. (2013), *Mass communication : monograph*, Kyiv, 902 p.
2. Vayshenberh, Z., Klyaynshtoyber, H. Y. & P'orksen, B. (2011) *Journalism and media*, Kyiv, 529 p.
3. Lasswell, H. D. (1948), *The Structure and Function of Communication in Society // The Communication of ideas*, New-York.
4. McQuil, D. (1994), *Mass Communication Theory. Fn Introduction*, London.
5. Wright, Ch. (1986), *Mass Communication. A Sociological Perspective*, New-York.
6. Zemlyanova, L. M. (1999), *Foreign communication science on the eve of the information society : dictionary of terms and concepts*, Moscow, 301 p.
7. Luman, N. (2005), *The reality of the mass media*, Moscow, 256 p.
8. Borysnev, S. V. (2003), *Sociology of communication : proc. p.*, Moscow, 270 p.
9. Sheremet, A. N. (2003), *The Internet as a medium of mass communication: a sociological analysis*, Abstract of the PhD diss. (social sci.), State educational institution of higher professional education Ural state University named after A. M. Gorky, 20 p.
10. Kuznetsova, O. D. (2005), *Mass communication*, Lviv, 200 p.
11. Partyko, Z. V. (2008), *Theory of mass communication*, Lviv, 309 p.
12. Zdoroveha, V. (2004), *Theory and methodology of journalistic creativity*, Lviv, 352 p.
13. Moskalenko, A. Z. (2002), *Theory of journalism*, Kyiv, 336 p.
14. Halushko, M. V., Romanyuk, M. M. & Snisarchuk, L. V. (2007) *Ukrainian press in Ukraine of the XIX–XX centuries : Historical and bibliographic study*, Lviv, 560 p. Стаття надійшла до редакції 01.04.2017