

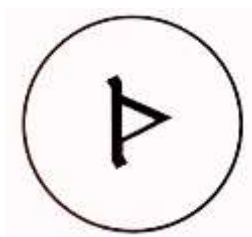
eISSN 2522–9125

pISSN 2524–0471

# **SOCIAL COMMUNICATIONS: THEORY AND PRACTICE**

**Scientific semiannual magazine**

DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1



Volume 12

*(January – July)*

Kyiv – 2021

---

# **СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

**Науковий піврічний журнал**

DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1

Том 12

*(січень – червень)*

Київ – 2021

The Ministry of Justice of Ukraine adopted a decision on state registration  
The journal "Social Communications: Theory and Practice" (Order No. 277/5 from 02/01/2016)  
Certificate Ser. KB No. 21875-17775 P dated 01.02.2016

## EDITORIAL BOARD

- Kholod Oleksandr Mykhailovych** – Doctor of Science in Philology, Head of the Department of Journalism, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (Ukraine); **ID: 0012216**; ORCID iD 0000-0002-6851-0176; Web of Science ResearcherID AAD-5598-2019; akholod@ukr.net (Ukraine) – scientific editor;
- Kholod Hanna Yaroslavivna** – Ph.D., CEO of the NGO "Scientific and Educational Center" SUCCESSFUL"; **ID: 1265910**; ORCID iD 0000-0002-2479-9721; kholodanna@ukr.net (Ukraine) – scientific and literary editor;
- Aracki Zoran** – Ph.D. associate professor at the Faculty of Philosophy in Nis; Doctor of Economics, Journalism, Activities and Societies; Member of the Association of Journalists of Serbia, Vice President of BALCANCOM (Serbia);
- Bartoszek Adam** – Doctor habilitated, Professor at the University of Silesia in Katowice; <https://orcid.org/0000-0001-9570-7962>; adam.bartoszek@us.edu.pl (Poland);
- Bessarab Anastasia Olexandriivna** – Doctor of Science in Social Communications, Associate Professor, Professor of Special Pedagogy and Special Psychology Department, stacy@ukr.net, **ORCID: 0000-0003-3155-5474**, Scopus Author ID: 57211852356, Municipal Institution of Higher Education «Khortytsia National Educational Rehabilitation Academy»; stacy@ukr.net (Ukraine);
- Bezrucho Oleksandr Viktorovych** – Doctor of Study of Art (Dr. Sc.) on specialty Theory and History of Culture, Doctor of Philosophy (Ph. D.) on specialty Cinematographic Art, Television, Professor, Corresponding Member of the International Academy of Pedagogical Education, Academician of the Ukrainian Film Academy, Ukrainian film director, journalist, member of the National Union of Cinematographers of Ukraine, the National Union of Writers of Ukraine, the National Union of Journalists of Ukraine, the International Federation of Journalists; <https://orcid.org/0000-0001-8360-9388>; Web of Science ResearcherID B-8818-2019; Scopus Author Identifier: 57219311313; [oleksandr\\_bezrucho@ukr.net](mailto:oleksandr_bezrucho@ukr.net) (Ukraine);
- Butyrina Maryna Valeriivna** – Doctor of Science in Social Communications, Professor, Head of the Department of Advertising and Public Relations Oles Honchar Dnipro National University; Web of Science Researcher ID V-7991-2017; ORCID ID 0000-0002-5048-5187; butyrinam@gmail.com (Ukraine);
- Halych Valentyna Mykolaivna** – Doctor of Science in Philology, Professor; Professor of the Department of Public Administration, Documentation and Information Activity of the National University of Water Management and Nature Management; <https://orcid.org/0000-0002-4492-8922>; bella.lnu@gmail.com (Ukraine);
- Horodenko Lesya Mykhailivna** – Doctor of Science in Social Communications, Professor; Professor of the Department of Social Communications, Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv; **Scopus Author ID 57219452714**; lgorodenko@gmail.com (Ukraine);
- Goroshko Olena Ihorivna** – Doctor of Science in Sociology; Doctor of Science in Philology; Professor, The Head of Cross-cultural Communication and Foreign Language Department, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; <https://orcid.org/0000-0002-8592-1022>; olena\_goroshko@yahoo.com; (Ukraine);
- Gradyushko Aleksandr Aleksandrovich** – Ph.D, associate professor at the Department of Periodicals and Web Journalism. Curator of the specialty "Journalism (web journalism)", Belarusian State University, Faculty of Journalism, Web of Science Researcher ID F-4222-2018, ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-9248-9995>; webjourn@gmail.com (Belarus);
- Dwivedi Ratnesh** – Doctor of Science, Professor; Director and Professor in Yesbud University; Professor & Dean of Faculty of Humanities & Social Sciences (FoH&SS), Zambia; Director with Global Institute for IT Mgt and ESJ-Paris (Paris School of Journalism); Country Director/Professor/Sec. Intel, Def Expert with SECINDEF, <https://orcid.org/0000-0002-9248-9995>; rtsh\_dwivedi@yahoo.com (India);
- Elbeshausen Hans** – associate professor emeritus; Section of Galleries, Libraries, Archives and Museums (GLAM) Department of Communication; University of Copenhagen; <https://orcid.org/0000-0002-9245-9489>; hans709elb@gmail.com (Denmark);
- Zrazhevska Nina Ivanivna** – Doctor of Science in Social Communications, Professor; Professor of Department of Journalism and New Media, Boris Grinchenko Kiev University, **ID: 0006936**, <https://orcid.org/0000-0003-3382-8368>; n.zrazhevska@kubg.edu.ua (Ukraine);
- Ilganaeva Valentyna Oleksandriivna** – Doctor of Sciences in History, Professor; Communal institution of higher education "Uzhhorod Institute of Culture and Arts" of the Transcarpathian Regional Council; <https://orcid.org/0000-0002-8577-2442> ilganaeva\_v2006@ukr.net (Ukraine);
- Kovpak Victoria Anatoliivna** – Doctor of Sciences in Social Communications, associate professor, Professor of the Department of Communication, Advertising and Public Relations, Faculty of Journalism, Zaporizhia National University; <https://orcid.org/0000-0001-9461-0536>; ResearcherID: <https://publons.com/researcher/3653401/>; Kovpak.viki@ukr.net
- Krutov Vasyl Vasylivovych** – Ph.D in Pedagogical Sciences, Doctor of Sciences in Law, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Academician of the National Academy of Sciences of the Higher School of Ukraine, Vice-President of the Ukrainian Union of Entrepreneurs and Industrialists; <https://orcid.org/0000-0003-0972-4200>; kv.gusp@gmail.com (Ukraine);
- Kuchukov Hristo** – Doctor of Sciences in Pedagogy, Professor; University of Silesia; Katowice, Poland; <https://orcid.org/0000-0002-1965-8908>; hkyuchukov@gmail.com (Germany);
- Kurdyumova Iryna Mykhailovna** – Doctor of Sciences in Pedagogy, Professor; Leading Researcher Center for Pedagogical Comparative Studies; Institute for Education Development Strategy of the Russian Academy of Education; <https://orcid.org/0000-0002-0364-7323>; ResearcherID: AAD-6816-2018; irkur@yandex.ru (Russia);
- Partyko Zinoviy** – Doctor of Sciences in Philology, Professor; Zhytomyr State University of Imeni Ivan Frank; <https://orcid.org/0000-0002-2315-5887>; Web of Science ResearcherID AAT-6667-2020; partyko@ukr.net (Ukraine);
- Scott Bo** – Doctor of Sciences in Philology, associate professor, library and information science, Department of Design and Communication, University of Southern Denmark, Kolding, <https://orcid.org/0000-0001-9383-9291>; ResearcherID: AAD-5598-2019; [skott@sdu.dk](mailto:skott@sdu.dk) (Denmark);
- Synowicz Aleksandra** – Ph.D in Sociology, assistant professor, Corresponding Member MANPO; Silesian University of Technology in Gliwice; <https://orcid.org/0000-0001-8251-2322>; [aleksandra.synowicz@gmail.com](mailto:aleksandra.synowicz@gmail.com) (Poland);
- Chromi Jan** – Ph.D, assistant professor, Department of Czech Language and Communication Theory Faculty of Arts, Charles University, Prague, [chromy.jan@gmail.com](mailto:chromy.jan@gmail.com) (Czech Republic);
- Tsybalenko Yevhen Stanislavovych** – Ph.D, assistant professor; Associate Professor of Advertising and Public Relations, Deputy Director for Research and Teaching at the Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv; Scopus Author ID: 57219454093; <https://orcid.org/0000-0003-1486-1904>, (Ukraine).

**Social Communications: Theory and Practice** (2021). Scientific semiannual magazine. Vol. 12, Kyiv, 146.

Volume 12 of the periodical scientific journal contains the results of research by specialists in social communications, presented by authors from Germany, Russia, Serbia and Ukraine.

The research concerns the theory and history of social communications, the theory and history of journalism, communications in public management, applied social communications in social networks, pedagogy and criminology, as well as social communications from the standpoint of socio- and psycholinguistics.

The materials will be of interest to social communication specialists, psychologists, political scientists, philologists, sociologists and philosophers.

© REC "SUCCESSFUL" (Research and Education Centre "SUCCESSFUL"), 2021.

© Limited Liability Company «Research and Production Enterprise «Interservice», 2021.

Міністерством юстиції України прийнято рішення про державну реєстрацію журналу «Соціальні комунікації: теорія і практика» (наказ № 277/5 від 01.02.2016) Свідоцтво сер. КВ № 21875-17775 Р від 01.02.2016

## РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

- Холод Олександр Михайлович** – академік МАНПО, доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри журналістики Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (Україна); **ID: 0012216**; ORCID iD 0000-0002-6851-0176; Web of Science ResearcherID **AAD-5598-2019**; akholod@ukr.net (Україна) – науковий редактор;
- Холод Ганна Ярославівна** – кандидат філологічних наук, директор Громадської організації “Науково-освітній центр “УСПІШНИЙ” (Україна); **ID: 1265910**; ORCID iD 0000-0002-2479-9721; kholodanna@ukr.net (Україна) – науковий і літературний редактор;
- Араскі Зоран** – доцент, доктор філософії в Університеті міста Ніш, Сербія; доктор економічних наук, журналістики, діяльності та суспільств; член Асоціації журналістів Сербії, віце-президент BALKANCOM; araski.zoran@gmail.com (Сербія);
- Бартошек Адам** – доктор хабітований, професор Сілезького університету в Катовіце; <https://orcid.org/0000-0001-9570-7962>; adam.bartoszek@us.edu.pl (Польща);
- Безручко Олександр Вікторович** – доктор мистецтвознавства, професор, член-кореспондент Міжнародної академії наук педагогічної освіти, академік Української Кіноакадемії, український кінорежисер, журналіст, член Національної спілки кінематографістів України, Національної спілки письменників України, Національної спілки журналістів України, Міжнародної федерації журналістів (IFJ); <https://orcid.org/0000-0001-8360-9388>; Web of Science ResearcherID **B-8818-2019**; Scopus Author Identifier: 57219311313; oleksandr\_bezruchko@ukr.net (Україна);
- Бессараб Анастасія Олександрівна** – доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри спеціальної педагогіки та спеціальної психології, Комунальний заклад вищої освіти «Хортицький національний навчальний заклад Академія реабілітації»; ORCID: 0000-0003-3155-5474, Scopus Автор ID: 57211852356; staicu@ukr.net (Україна);
- Бутирина Марина Валеріївна** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри реклами та зв'язків із громадськістю, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара; дослідник Web of Science ID V-7991-2017; ідентифікація ORCID 0000-0002-5048-5187; butyriam@gmail.com (Україна);
- Галич Валентина Миколаївна** – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри журналістики та українознавства Національного університету водного господарства та природокористування; <https://orcid.org/0000-0002-4492-8922>; bella.lnu@gmail.com (Україна);
- Городенко Леся Михайлівна** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор; професор кафедри соціальних комунікацій Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка; ідентифікатор автора Scopus 57219452714; lgorodenko@gmail.com (Україна);
- Горошко Олена Ігорівна** – доктор соціологічних наук, доктор філологічних наук; професор, завідувач кафедри міжкультурної комунікації та іноземних мов, Національний технічний університет “Харківський політехнічний інститут”; <https://orcid.org/0000-0002-8592-1022>; olena\_goroshko@yahoo.com (Україна);
- Градощко Олександр Олександрович** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри періодики та веб-журналістики, Білоруський державний університет, факультет журналістики; Web of Science Researcher ID **F-4222-2018**; ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-2953-9670>; webjourn@gmail.com (Білорусь);
- Двіведі Ратнеш** – доктор наук, директор і професор в університеті Єсбуд; професор та декан факультету гуманітарних та соціальних наук (FoH & SS), Замбія; Директор Глобального інституту з питань IT Mgt та ESJ-Париж (Паризька школа журналістики); Державний директор / професор / сек., Intel, експерт з оборони в SECINDEF; <https://orcid.org/0000-0002-9248-9995>; rtsh\_dwivedi@yahoo.com (Індія);
- Ельбесхаузен Ханс** – почесний професор Інституту комунікації Університету Копенгагена; <https://orcid.org/0000-0002-9245-9489>; hans709elb@gmail.com (Данія);
- Зражевська Ніна Іванівна** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка, ID: 0006936, <https://orcid.org/0000-0003-3382-8368>; n.zrazhevskakub.edu.ua (Україна);
- Ільганева Валентина Олександрівна** – доктор історичних наук, професор; Комунальний заклад вищої освіти «Ужгородський Інститут Культури і Мистецтв» Закарпатської обласної ради; <https://orcid.org/0000-0002-8577-2442>; ilganaeva\_v2006@ukr.net (Україна);
- Ковпак Вікторія Анатоліївна** – доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри терії комунікації, реклами та зв'язків із громадськістю факультету журналістики Запорізького національного університету; <https://orcid.org/0000-0001-9461-0536>; *ResearcherID: <https://publons.com/researcher/3653401/>; Kovpak.viki@ukr.net*
- Кругов Василь Васильович** – кандидат педагогічних наук, доктор юридичних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, академік Національної академії наук вищої школи України, віце-президент Українського Союзу Підприємців та Промисловців; <https://orcid.org/0000-0003-0972-4200>; kv.gusp@gmail.com; (Україна);
- Курдомова Ірина Михайлівна** – доктор педагогічних наук, професор; провідний науковий співробітник Центру педагогічних порівняльних досліджень; Інститут стратегії розвитку освіти Російської Академії освіти; <https://orcid.org/0000-0002-0364-7323>; ID дослідника: AAD-6816-2018; irkur@yandex.ru (Росія);
- Кучуков Христо** – доктор педагогічних наук, професор; Сілезький університет, Катовіце, Польща; <https://orcid.org/0000-0002-1965-8908>; khychukov@gmail.com (Німеччина);
- Партико Зіновій** – доктор філологічних наук, професор; Житомирський державний університет імені Івана Франка; <https://orcid.org/0000-0002-2315-5887>; Web of Science ResearcherID **AAT-6667-2020**; partyko@ukr.net (Україна);
- Синовец Олександра** – доктор філософії, доцент, член-кореспондент МАНПО; Сілезький технологічний університет у Глівіце; <https://orcid.org/0000-0001-8251-2322>; aleksandra.synowiec@gmail.com (Польща);
- Скотт Бо** – доктор філологічних наук, доцент кафедри бібліотекознавства та інформатики, департамент дизайну та комунікацій, Університет Південної Данії, Кольдінг, <https://orcid.org/0000-0001-9383-9291>; ID дослідника: AAD-5598-2019; skott@sdu.dk (Данія);
- Хроми Ян** – доктор філософії, доцент; кафедра чеської мови та теорії комунікації Факультет мистецтв Карлового університету, Прага, chromy.jan@gmail.com (Чеська Республіка);
- Цимбаленко Євген Станіславович** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, доцент кафедри реклами та зв'язків із громадськістю, заступник директора з науково-педагогічної роботи Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка; Scopus Автор ID: 57219454093; <https://orcid.org/0000-0003-1486-1904>; e.tsymbalenko@knu.ua (Україна).

**Соціальні комунікації: теорія та практика (2021).** Науковий піврічний журнал. Том 12, 145.

Том 12 періодичного наукового журналу містить результати досліджень фахівців із соціальних комунікацій, представлені авторами з Німеччини, Росії, Сербії й України.

Дослідження стосуються теорії та історії соціальних комунікацій, теорії та історії журналістики, комунікацій у державному менеджменті, прикладних соціальних комунікацій у соціальних мережах, педагогіці й кримінології, а також соціальних комунікацій із позицій соціо- й психолінгвістики.

Матеріали зацікавлять фахівців із соціальних комунікацій, психологів, політологів, філологів, соціологів та філософів.

© ГО «НОЦ “УСПІШНИЙ”» (Громадська організація «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ»), 2021.

© Товариство з обмеженою відповідальністю «Науково-виробниче підприємство «Інтерсервіс», 2021.

**CONTENT**

Pages

**THEORY AND HISTORY  
OF SOCIAL COMMUNICATIONS****DEVELOPMENT OF THE MEDIAL FUNCTION OF SOCIAL COMMUNICATION  
IN MODERN SOCIETY***(in Ukrainian)*

11–21

**Valentina ILGANAYEVA,***Doctor of Sciences in History,**Professor of Socio-Cultural Activities,**Municipal Institution of Higher Education «Uzhgorod Institute of Culture and Arts»**(Uzhhorod, Ukraine).***QUANTUM JOURNALISM:  
PRINCIPLES OF METHODOLOGICAL INSTITUTIONALIZATION***(in Ukrainian)*

22–37

**Oleksander KHOLOD,***Doctor of Sciences in Philology, Head of the Department of Journalism,**Vasyl Stefanyk Precarpathian National University**(Ivano-Frankivsk, Ukraine).***THEORY AND HISTORY  
OF JOURNALISM****INFLUENCE FACTOR IN NORMATIVE THEORIES OF JOURNALISM***(in Ukrainian)*

38–48

**Zinoviy PARTICO,***Doctor of Philology, Professor of the Department of Journalism**Zhytomyr State University named after I. Franko,**(Zhytomyr, Ukraine).***FEATURES OF INTERVIEWER IMAGE MODELING  
AND INTERVIEWER IN THE PRINT MEDIA***(in Ukrainian)*

49–62

**Hanna KHOLOD,***Candidate of Philological Sciences,**CEO of the NGO «Scientific and Educational Center «SUCCESSFUL»**(Kyiv, Ukraine).*

**TRANSFORMATION OF THE BASIC CONCEPTS OF PAMPHLETICS  
MYKOLA KHVYLOVY IN UKRAINIAN  
TO THE JOURNALIST DISCOURSE***(in Ukrainian)*

63–73

**Solomiya KHOROB,**  
*Candidate of Philological Sciences,  
Senior Lecturer at the Department of Journalism  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University  
(Ivano-Frankivsk, Ukraine).*

**SOCIAL COMMUNICATIONS  
IN PSYCHO-, SOCIOLINGUISTICS****PSYCHOLINGUISTIC STUDY OF «THEORY OF MIND»  
TURKISH BILINGUAL CHILDREN***(in English)*

74–82

**Hristo KUCHUKOV**  
*Doctor of Sciences in Philology, Doctor of Sciences in Pedagogy,  
Professor of the Faculty of Arts and Pedagogical Sciences,  
Institute of Education (Szczecin, Poland),  
University of Silesia (Katowice, Poland).*

**ARCHETYPICAL ASPECTS OF THE HERO'S IMAGE  
IN MODERN UKRAINIAN  
NON-INSTITUTIONAL MILITARY DISCOURSE***(in Ukrainian)*

83–97

**Tatiana HRABAN,**  
*Candidate of Philological Sciences,  
Head of the Department of Foreign Languages  
Military Institute of Telecommunications and Informatization  
(Kyiv, Ukraine).*

**APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION  
TECHNOLOGIES****COMMUNICATION PLATFORMS: A MODERN VISION***(in Ukrainian)*

98–106

**Angelica DOSENKO,**  
*Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor,  
Associate Professor of Journalism and New Media*

*Borys Hrinchenko University of Kyiv  
(Kyiv, Ukraine).*

**FEATURES OF THE ORGANIZATION OF COMMUNICATION  
IN THE PROCESS OF PREPARATION  
OF DISTANCE LEARNING LESSONS ABROAD**  
*(in Russian)*

107–117

**Irina KURDYUMOVA,**  
*Doctor of Sciences in Pedagogy,  
Leading Researcher  
Laboratory of Scientific Examination of Projects and Programs  
(Moscow, Russia).*

**SOCIAL COMMUNICATIONS  
IN CRIMINOLOGY**

**CRIMINAL SAFETY OF THE ELDERLY  
AND THE CONCEPT OF PUBLIC POLICE**  
*(in Serbian)*

118–127

**Svetlana RISTOVIC,**  
*doctor of sciences,  
professor University of Criminal Police  
(Belgrade, Serbia)*

**SOCIAL COMMUNICATIONS  
IN CRISIS MANAGEMENT**

**MANAGEMENT AND COMMUNICATION WITH FORCES AND RESOURCES  
DURING THE CRISIS AND DISASTERS IN THE BALKAN REGION**  
*(author's records)*  
*(in Serbian)*

128–139

**Lubo PEJANOVIC,**  
*academician, doctor, retired professor,  
member of the Serbian Academy of Innovative Sciences in Belgrade (SAINS)  
(Belgrade, Serbia);*

**Stevan STOJANOVIC,**  
*Academician, Doctor, Professor of the Faculty of Business  
and Legal Research of the Serbian Academy of Innovative Sciences  
in Belgrade (SAINS)  
(Belgrade, Serbia);*

**Jovana RISTIC,**  
*final security student at the Serbian Academy  
of Innovative Sciences in Belgrade (SAINS)*  
*(Belgrade, Serbia);*

**Nenad STOJANOVIC,**  
*police officer of the Serbian Ministry of Interior*  
*(Belgrade, Serbia).*

---

Requirements for publication of articles in a scientific journal  
"Social Communications: Theory and Practice"

140–143

**ЗМІСТ**

Стор.

**ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ****РОЗВИТОК МЕДІАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ  
У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ***(українською мовою)*

11–21

**Валентина ІЛЬГАНАСВА***доктор історичних наук,**професор кафедри соціокультурної діяльності**КЗВО «Ужгородський інститут культури і мистецтв» ЗОР**(м. Ужгород, Україна)***КВАНТОВА ЖУРНАЛІСТИКА:  
ПРИНЦИПИ МЕТОДОЛОГІЧНОЇ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ***(українською мовою)*

22–37

**Олександр ХОЛОД***доктор філологічних наук, завідувач кафедри журналістики**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника**(м. Івано-Франківськ, Україна)***ТЕОРІЯ Й ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ****ФАКТОР ВПЛИВУ В НОРМАТИВНИХ ТЕОРІЯХ ЖУРНАЛІСТИКИ***(українською мовою)*

38–48

**Зіновій ПАРТИКО***доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики**Житомирського державного університету ім. І. Франка,**(м. Житомир, Україна).***ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ОБРАЗІВ ІНТЕРВ'ЮЕРА  
Й ІНТЕРВ'ЮЙОВАНОГО В ДРУКОВАНИХ ЗМІ***(українською мовою)*

49–62

**Ганна ХОЛОД,***кандидат філологічних наук,**директор ГО “Науково-освітній центр “УСПІШНИЙ”**(м. Київ, Україна).***ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСНОВНИХ КОНЦЕПЦІЙ ПАМФЛЕТИСТИКИ  
МИКОЛИ ХВИЛЬОВОГО В УКРАЇНСЬКОМУ  
ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**



(українською мовою)

63–73

**Соломія ХОРОБ,**

*кандидат філологічних наук,*

*старший викладач кафедри журналістики*

*Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*

*(м. Івано-Франківськ, Україна)*

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В ПСИХО-, СОЦІОЛІНГВІСТИЦІ

**ПСИХОЛІНГВІСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ «ТЕОРІЇ РОЗУМУ»**

**ТУРЕЦЬКИХ ДВОМОВНИХ ДІТЕЙ**

*(англійською мовою)*

74–82

**Хрісто КУЧУКОВ**

*Доктор філологічних наук, доктор педагогічних наук,*

*професор факультету мистецтв та педагогічних наук*

*Інституту освіти (м. Щецин, Польща);*

*Сілезький університет (м. Катовіце, Польща).*

**АРХЕТИПІЧНІ АСПЕКТИ ОБРАЗУ ГЕРОЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ  
НЕІНСТИТУЦІЙНОМУ ВІЙСЬКОВОМУ ДИСКУРСІ**

*(українською мовою)*

83–97

**Тетяна ХРАБАН,**

*кандидат філологічних наук,*

*завідувач кафедри іноземних мов*

*Військового інституту телекомунікацій та інформатизації*

*(м. Київ, Україна)*

## ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

**КОМУНІКАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ: СУЧАСНЕ БАЧЕННЯ**

*(українською мовою)*

98–106

**Анжеліка ДОСЕНКО,**

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,*

*доцент кафедри журналістики і нових медіа*

*Київського університету імені Бориса Грінченка*

*(м. Київ, Україна)*

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ УРОКІВ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ ЗА КОРДОНОМ

(російською мовою)

107–117

**Ірина КУРДЮМОВА,**

*доктор педагогічних наук,*

*провідний науковий співробітник*

*Лабораторія наукової експертизи проектів і програм*

*(м. Москва, Росія)*

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КРИМІНОЛОГІЇ

### КРИМІНАЛЬНА БЕЗПЕКА ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ Й КОНЦЕПЦІЯ СУСПІЛЬНОЇ ПОЛІЦІЇ

(сербською мовою)

118–127

**Світлана РІСТОВИЧ,**

*доктор наук, професор*

*Університету кримінальної поліції*

*(м. Белград, Сербія)*

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ

### УПРАВЛІННЯ Й КОМУНІКАЦІЯ ІЗ СИЛАМИ Й РЕСУРСАМИ ПІД ЧАС ВИНИКНЕННЯ КРИЗ І ЛИХА В БАЛКАНСЬКОМУ РЕГІОНІ

(авторські записи)

(сербською мовою)

128–139

**Любо ПЕЯНОВИЧ,**

*академік, доктор, професор у відставці, член Сербської академії інноваційних наук у  
Белграді (SAINS)(м. Белград, Сербія);*

**Стеван СТОЯНОВИЧ,**

*академік, доктор, професор факультету бізнесу та юридичних досліджень Сербської  
академії інноваційних наук у Белграді (SAINS)(м. Белград, Сербія);*

**Йована РІСТИЧ,**

*студентка фінальних студій безпеки Сербської академії інноваційних наук у Белграді  
(SAINS)(м. Белград, Сербія);*

**Ненад СТОЯНОВИЧ,**

*офіцер поліції Міністерства внутрішніх справ Сербії  
(м. Белград, Сербія).*

**Вимоги до публікації статей у науковому журналі  
«Соціальні комунікації: теорія та практика».**

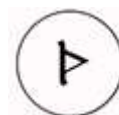
140–143

## THEORY AND HISTORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS



## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

### DEVELOPMENT OF THE MEDIAL FUNCTION OF SOCIAL COMMUNICATION IN MODERN SOCIETY



**Valentyna Ilganayeva,**  
*Doctor of Science in History,  
Professor of Department  
of Social-Cultural Activity  
ilganaeva\_v2006@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0002-8577-2442>  
Municipal Institution of Higher Education  
«Uzhgorod Institute of Culture and Arts»  
Mynajska 38/88, Uzhgorod,  
Ukraine, 88009.*

*Citation:*

Ilganayeva, V. (2021). Development of the Medial Function of Social Communication in Modern Society. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-7  
Retrieved from <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Ilganayeva V., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

#### *Annotation*

The **purpose** of the article is to substantiate the factors and content of the evolutionary development of communication as a medial function in society.

**Research methods and techniques.** Methodological integrity of the study of communication phenomena is achieved using a number of scientific approaches: historical-evolutionary, system-integration, process, teleological, which make it possible to carry out the necessary synthesis of knowledge about the functionality of social communication. They stimulate the processes of foundation, integration, generalization, innovation of scientific and cognitive activities in the social and communication sphere. The set of scientific approaches verifies the achievements of research in various scientific areas that use the communication principle to study social processes and influence the formation of an understanding of the unity of communication processes in society.

**Conclusions.** It is proved that the deepening of the study of communication phenomena is a systemic need to improve social interaction in society. It is noted that now a completely different systematic organization of communication interaction is being formed, which is due to the scale of the communication process in society. The social purpose of communication and the communication process is manifested through a system-regulatory function, which is provided by the structural form of communication processes and their content. The medial function of communication is aimed at ensuring the integration of society and humanity to achieve an equilibrium social interaction and the state of society as an integral system.

**Keywords:** communication, social interaction, social communications, definition, functionality, mediality.

## РОЗВИТОК МЕДІАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

**Валентина Ільганаєва,**  
доктор історичних наук,  
професор кафедри соціокультурної діяльності,  
КЗВО «Ужгородський інститут культури і мистецтв» ЗОР,  
(м. Ужгород, Україна).

### Вступ

Проникнення комунікаційних відносин до різних сфер суспільної діяльності свідчать про досягнення соціальною системою наступного трансформаційного етапу розвитку. Новий етап розвитку суспільства й культури характеризується єдністю комунікаційних процесів, сфера яких уже стала сферою регулювання. Ураховуючи глобальні соціокультурні зміни, можна говорити про необхідність розширення масштабу розгляду комунікаційних феноменів з урахуванням множини змін, що відбулися в медіапросторі сучасності. Традиційні структури соціально-комунікаційної діяльності продовжують виконувати свої соціальні завдання, але все більше й більше підпадають під дію мережевих властивостей нового простору. Це дозволяє прийняти до уваги розуміння медіа як екрана загальної мережі сприйняття нових явищ і знов повертатися до її вивчення (Конах, 2015). Дослідження ведуть до закріплення розуміння багаторівневості медіапростору, що додає можливості розширення інтерпретування комунікації та її функціональності в соціальній системі. При цьому в нових інтерпретаціях поєднуються всі можливі підходи до їх оцінювання: фізичні, біологічні, технічні, духовні (Рашкофф, 2003; Ільганаєва, 2017; Крылов & Юсупов, 2016).

У структурі медіапростору нові умови суспільного життя можна розглядати через певні середовища, що за короткий термін набувають більш чіткого вигляду: техносфери, що побудована на ІКТ; інфосфери, що базується на інформаційно-мережевих магістралях; соціоінфосфери, що містить будь-які потоки інформації, структури, що їх організують, управляють, забезпечують їх споживання; семіосфери, що утворюється рухом смислів; сенсоросфери як середовища почуттів і станів соціальної свідомості (Ільганаєва, 2009). Запропонована структура знаходиться в динамічному процесі становлення, що підтверджується низкою сучасних досліджень (Williams Woolley, Chabris, Pentland, Hashmi & Malone, 2010; Коротков, 2008; Лазаревич, 2010). Структурна будова медіапростору дозволила наблизитися до прямого розгляду соціальної пам'яті, соціального інтелекту й соціальної свідомості як результату реалізації функцій соціальних комунікацій (Ільганаєва, 2017).

З'ясування сутнісного розуміння комунікації в її історико-генетичній, процесуальній та онтологічній цілісності дозволяє зробити кілька важливих висновків, які підтверджуються низкою тенденцій у науковій методології та практиці наукової рефлексії щодо комунікації, комунікаційного процесу в соціальному просторі.

*Мета статті* полягає в обґрунтуванні чинників, змісту еволюційного розгортання комунікації як медіальної функції в суспільстві.

### Методи й методики дослідження

Методологічна цілісність вивчення комунікаційних феноменів досягається використанням низки наукових підходів: історико-еволюційного, системно-інтеграційного,

процесного, телеологічного, що дають змогу провести необхідний синтез знань відносно функціональності соціальної комунікації. Вони стимулюють процеси фундаменталізації, інтеграції, генералізації, інновації науково-пізнавальної діяльності в соціально-комунікаційній сфері. Використання сукупності наукових підходів дозволяє верифікувати досягнення досліджень різних наукових напрямів, що використовують комунікаційний принцип для вивчення соціальних процесів та впливають на формування розуміння єдності комунікаційних процесів у суспільстві. Сьогодні ми вже знаходимося в глобальній мережі медіакомунікацій, що інтегрують у собі всі рівні соціальної взаємодії.

### Результати й обговорення

Останні розробки онтологізації соціальності вказують на це (Чойропов, 2014; Розанов, 2015; Дегтярев, 2020). Комунікація й комунікативні практики напряду впроваджуються до контексту розвитку теорії соціуму. Особлива роль впливу комунікації на соціальні процеси продемонстровано в нижчезазначених роботах (Ильсов, 1991; Зотов&Лысенко, 2010; Ильганаева, 2014). Складається нова соціально-комунікаційна ситуація, яка висвітлює дію закону зниження інформаційної ентропії шляхом збереження соціальної енергії, що витрачається на подолання суперечностей між учасниками соціальної дії (Кузнецов, Баксанский & Гречишкина, 2006; Рашкофф, 2003). Це є запорукою досягнення динамічної рівноваги в стосунках усіх соціальних суб'єктів, що утворюють не просто сукупність розрізнених індивідів та груп людей. Вони демонструють нову цілісність людей, що знаходяться в процесах спілкування та комунікації, і комунікують у єдиному ментально-когнітивному просторі глобального життєвого світу.

На користь зазначеної ситуації необхідної аргументації додають дослідження зростання практики цілеспрямованого впливу на учасників комунікаційних відносин у суспільстві (Рашкофф, 2003; Холод, 2011; Холод, 2013; Лисичкин, 2001). Різниця ментально-культурних установок і звичні моделі успадкування національно-культурних ознак отримують нове розуміння. Усі розбіжності знаходять пояснення через необхідність сприйняття єдиного життєвого простору й бачення розбіжностей як еволюційного потенціалу інтеграції суб'єктів соціальної дії й соціальних відносин. Такий погляд формується завдяки дослідженню процесів соціальної атомізації (Бауман, 2005; Ильин, 2015) та нової соціальної агрегації в мережевому просторі медіа (McFarlane, 2010; Новиков, 2009; Фридман, 2007; Крапивенский, 1996; Навроцький, 2005). Характеристикою якості здійснення соціальної комунікації, виконання нею свого соціально-системного призначення сьогодні стає намір, інтенціональність комунікаційної дії, що в певному векторі може знімати розбіжність між індивідами й суб'єктами соціальної дії та, навпаки, приводити до напруженості, конфліктів у життєвому просторі суспільства. Невипадково маніпулювання суспільною свідомістю займає наразі визначальну роль у соціальних процесах (Рашкофф, 2010; Холод, 2011; Холод, 2013; Лисичкин & Шелепин, 2001). Комунікаційна інтенція, на мою думку, у цих умовах набуває телеологічного значення в процесі підготовки до комунікаційної дії в будь-якій комунікаційній ситуації, на будь-якому рівні здійснення комунікаційного процесу. При цьому виникають інтенціональності комунікаційної дії різної конвергентної спрямованості, позитивної або негативної щодо цілей комунікаторів. Тому розуміння комунікації, як форми соціальної взаємодії, є виправданим. Комунікація постає засобом подолання дисбалансу у відносинах між комунікаторами, коли досягається рівновага логічного (розумного) і чуттєвого (ейдетичного) сприйняття навколишньої дійсності. Цей стан забезпечує перехід в інтелектуальній сфері суспільства від пізнання із використанням наявних у людини органів чуття, навіть через використання технічних засобів і технологій їх розширення до чуттєвого сприйняття навколишнього світу. Зовнішній тиск із боку життєвого світу людини супроводжується внутрішньою напругою від незадоволеності й відсутності необхідних знань

і правильних поведінкових реакцій у керованих і контрольованих медіаумовах. Ці проблеми породжують необхідність розкриття комунікаційного принципу в просторі соціальної взаємодії. Дослідження комунікації, комунікаційного процесу та комунікаційної взаємодії в масштабі розвитку соціальних процесів дозволяють забезпечити поглиблення соціально-комунікаційної теорії й пізнання медіареальності. Її розширення лежить у надсистемному упорядкуванні та консолідації моделей сприйняття, структурування когнітивного відтворення медійного досвіду, що накопичений міжнародною професійною спільнотою.

Сфера взаємодії встановлюється всередині суспільства й за його межами у всій різноманітності своїх системних цілей, способів, предметів, технологій, що забезпечують підтримку гомеостазу суспільної системи. У нашому світі або життєвому просторі існування людини відбувається об'єктивізація людини як ідеї або сили, мета реалізації якої залежить від усвідомлення людиною своєї сутності та її вільного вибору щодо причетності, пов'язаності з єдиною соціальною системою. Соціальна взаємодія таким чином може бути визначена як сукупність взаємоспрямованих дій, що встановлюють рівноважні відносини між людьми з досягнення спільної мети/цілей. Це система взаємозумовлених дій, де дія одного суб'єкта є одночасно причиною й наслідком дій інших суб'єктів у мережевому просторі. Соціальна взаємодія є не «застиглою» соціальною формою, а «живою» соціально-комунікативною практикою, що зумовлюється, спрямовується, структурується, регламентується соціальними відносинами, але здатна впливати на ці соціальні форми й змінювати їх (Вацлавик, Бивии & Джексон, 2000). У глобальному масштабі суспільства взаємодія досягає значення регулятора соціального життя всього людства як єдиного суб'єкта соціальної дії (Ильганаева, 2016).

Комунікаційна взаємодія в соціальному просторі розглядається нами як процес і результат об'єднання між людьми, коли воно призводить до інтегрального стану суб'єктів, що беруть у ньому участь (групи або спільноти людей, усе людство). Відповідно до сучасного розуміння взаємодії, що виконує функцію інтеграції в природних системах, взаємодія в суспільній системі також забезпечує соціальну інтеграцію. Системна функція комунікаційної взаємодії за допомогою всіх можливих каналів комунікації забезпечує рівноважний метаболізм у суспільстві як цілісній системі. Таким чином, комунікаційну взаємодію в суспільстві ми пропонуємо розглядати як процес установаження цілеспрямованого, програмованого зв'язку між суб'єктами, що взаємодіють у певному інтенціональному векторі. Результатом цього зв'язку може бути налагодження позитивних відносин або їх порушення й руйнування.

Вивчення еволюції форм соціальної взаємодії дозволило прояснити процес розгортання комунікаційної функції на різних етапах становлення соціальності в розмаїтті її форм, що мають певні залежності від соціально-культурного стану суспільства (Соколов, 2002). Установлено, що надбіологічні форми соціальної взаємодії задаються потребами суспільства відповідно до етапів його становлення. Близькими до наших результатів є матеріали досліджень, отриманих іншими дослідниками (Ильясов, 1991; Грабар, 2015; Бутовская, 1998; Бориснев, 2003). Функціональна зумовленість різних форм забезпечення розвитку суспільства, людини та всього людства добре представлена в історичних дослідженнях соціальної комунікації. Відзначимо тільки, що формування широко диверсифікованої комунікаційної сфери було наслідком не просто необхідного технологічного розширення людини (за М. Маклюєном), але й потребою реалізації законів розвитку систем, що веде до досягнення ними граничних станів для наступного трансформаційного переходу, але це вже інша тема.

На відміну від попередніх досліджень, ми включаємо до ланцюга формоутворення комунікаційної взаємодії зв'язки, контакти, спілкування, комунікацію, що склали взаємопов'язаний, взаємозалежний, спіралевидно-циклічний процес формування медіального простору суспільства. У цьому процесі кожна з форм займає своє функціонально

зумовлене місце відповідно до історико-культурного рівня розвитку суспільства. Першими з'являються зв'язки як внутрішнє інтуїтивне, але соціально зумовлене пристосування до навколишнього середовища. Інтуїтивне як скрите, як забуте у свідомості сучасної людини, що в умовах прасуспільства вело до усвідомлення початкових соціальних спільнот. У первісному суспільстві зв'язки (комунікація) установлювалися для адаптації до навколишнього середовища з використанням звуку, руху, психічних реакцій. Їх розвиток відповідав потребам пристосування біологічного виду до природного середовища. Далі він відповідав потребам суспільного розвитку через установлення родоплемінних, етнічних, національних, державних, міжнародних, релігійних, політичних, економічних та інших стосунків. У наш час зв'язки вже перевищили потенціал адаптивності. Вони мають забезпечити подальший розвиток суспільства, людства в рівновазі із природним середовищем. Тому зростає значення не лише властивостей технічного забезпечення комунікації, але й розуміння її значення з точки зору забезпечення інших форм соціальної взаємодії з урахуванням соціально-культурних змін та потреб функціонування та розвитку глобального суспільства. Ми маємо враховувати як якість зв'язків між людьми, так і якість зв'язків суспільства із Природою.

Визначення *контактної* форми становлення комунікаційної взаємодії дає нам розуміння процесів та засобів формування певних людських спільнот, здійснення трудових дій, локалізації груп і суспільств, а також розвитку мережевого простору життя й діяльності. Це стосується не лише віртуального простору, але й простору соціальної інфраструктури суспільства. *Спілкування*, як було зазначено вище, є досить вивченою формою соціальної взаємодії. У науці є певне консенсусне ставлення до спілкування як умови та способу досягнення розуміння між членами груп і спільнот, координації спільних дій та діяльності соціальних організацій, установлення консенсусних відносин на різних рівнях соціальної організації життя людей. Комунікація в цьому ланцюзі займає вищий щабель і досягає значення вищої форми соціальної взаємодії. Комунікація трактується як спосіб та умова досягнення спільних цілей для груп, спільнот і зміни станів учасників комунікаційного процесу, що забезпечують динамічну рівновагу системи людської популяції (Ильганаева, 2016).

Для досягнення нашої мети ми скористалися набутими даними, що описують стан розвитку комунікаційних феноменів, їх базові характеристики, варіанти класифікацій тощо, і склали варіант типо-видо-родових відносин соціально-комунікаційної сфери. До типів соціальної комунікації віднесено фізичний (матеріальний, у тому числі технічний), біологічний (психічний, ментальний, когнітивний, індивідуально-психологічний), соціальний (аксіологічний, соціально-психологічний, соціальна свідомість), духовний. Вони визначаються її відношенням до рівня відтворення комунікаційного процесу в соціальній системі й відповідного стану розвитку комунікаторів, що включені до соціальних процесів з усіма притаманними їм властивостями (Ильганаева, 2016). Їх структурно-функціональні характеристики впливають на комунікаційні технології, комунікативні практики, методи впливу на учасників соціальної взаємодії. Для визначення роду соціальної комунікації віднесена їй властивість бути посередником між учасниками комунікаційної взаємодії, штучно створених можливостей комунікації в соціумі (усна, письмова, візуальна тощо; змішані комунікації (біотехнологічні технології)). Видове різноманіття соціальної комунікації зв'язане з різними засобами здійснення комунікаційної взаємодії: вербальними (або словесні знаки – слова, словосполучення, які утворюють вербальні системи); невербальними (або німі знаки – жести, міміка, пози, рухи тіла, особливості голосу (висота, гучність, тон), символи (літерні, цифрові, образотворчі, кольорові)), які утворюють невербальні системи; синтетичними (або з'єднані знаки – образи: сценічний, кінематографічний, образотворчий, музичний, літературно-художній), які поєднують у собі вербальні і невербальні знаки та утворюють синтетичні системи в певних видах мистецтва; у



конкретних ситуаціях видом комунікації є одяг і предмети побуту (Холод, 2013; Ільганаєва, 2019).

Комунікаційний процес у суспільстві складається з низки підпроцесів формування комунікаційної взаємодії, що здійснюється в межах соціально-комунікаційної діяльності в суспільстві, включаючи традиційні та новітні медіатехнології. До них відносяться усвідомлення мети, формулювання повідомлень, вибір знакової системи й системи передачі інформації; каналу комунікації; форми подання змісту; кодування і декодування (доведення задуму ідеї до одержувача); інтерпретація повідомлення; сприйняття; розуміння як реакція на результат комунікації одержувача і відправника. Нові тенденції у сфері здійснення комунікаційного процесу знайшли відтворення в інтегральних моделях соціальної комунікації (Пганаяева, 2020).

Розглянуті вище й інші дослідження не дозволяють нам ігнорувати загальносистемну соціальну тенденцію зростання ролі комунікації в житті суспільства й повертають до пошуку все більш точного номінаційно-сутнісного розуміння комунікації як медіальної функції в соціальному просторі життя людей. Отже, ми пропонуємо, виходячи з генералізаційних принципів обраної методології, визначати комунікацію як універсальну форму взаємодії, засновану на реалізації цільового імперативу, що має призначення й виявляється в передачі генетичного коду або програми (універсального (фізичного), біосферного, біосоціального й соціального) розвитку соціальної системи. Отже, комунікація виявляється універсальним медіумом, що виконує системно-інтеграційну функцію й забезпечує системі досягнення цілісності та її підйому на новий рівень розвитку. Нове розуміння комунікації як способу досягнення єдності систем, у тому числі соціальної системи «суспільство» і його підсистем, повністю відповідає сформованій соціально-культурній ситуації в сучасному суспільстві (Пганаяева, 2020). Через систему комунікацій у суспільстві транслюється система цінностей, яка виходить із вивчення світобудови як форми взаємодії двох сил: позитивної та негативної; сили, що об'єднує і роз'єднує, сили, що творить і руйнує.

Функціональним призначенням соціальної комунікації є не тільки підтримання соціальних зв'язків, підпорядкування партнера/партнерів своїй меті, але й спільна зміна станів свідомості сторін комунікації. Тому можна стверджувати, що основною відзнакою комунікації як вищої форми взаємодії в суспільстві є принцип комунікаційної єдності, реалізація якого передбачає досягнення інтегрального стану соціальної свідомості, де всі агенти взаємодії:

- знаходяться в єдності відчуття їх загального світу (середовища);
- ідентифікують себе із загальними цінностями (індикаторами відповідності єдності) кожного учасника без розрізень їх раси, статі, віку, мови та інших ознак, які відрізняють одну людину від іншої;
- сприймають загальну мету взаємодії, розуміють спільність завдань, ролей, рівність щодо одержання загального результату тощо. Такий стан є результатом розвитку соціальної комунікації та проявляється поступово на різних рівнях суспільної діяльності й організації суспільства до досягнення ним повної цілісності. При детальному розгляді принцип комунікаційної єдності визначає позитивну інтенціональність соціальної комунікації. Комунікація як форма соціальної взаємодії в нових умовах перетворюється з потенціалу на силу (енерго-когнітивну), що забезпечує досягнення людством стану єдності й переходу до нової духовної системи.

## Висновки.

Доведено, що головними конструктами, що пов'язують різні підходи до вивчення соціальних процесів в умовах нової медіареальності, є комунікація й комунікаційний процес. Ураховуючи широту включення комунікації в процес наукових досліджень, стає зрозумілою

потреба в розширенні поля наукової концептуалізації сфери соціальної комунікації. Крім цього, ця сфера тепер асоціюється з комунікаційною взаємодією в умовах медіапростору соціуму. Відзначено, що в наш час формується зовсім інша системна організація комунікаційної взаємодії в суспільстві, що зумовлена його масштабами й змістовним наповненням стосунків між соціальними суб'єктами, із суспільством та природним середовищем.

Поглиблення вивчення комунікаційних феноменів є системною потребою вдосконалення соціальної взаємодії й стану суспільства. Комунікація й комунікаційний процес у зовнішньому прояві виконує системно-регуляторну функцію, а у внутрішньому значенні реалізує свої властивості інтеграції суспільства на всіх рівнях його існування й веде до переходу суспільної системи на новий рівень розвитку.

## Література

- Бауман, З. (2005). *Индивидуализированное общество*. Москва : Логос, 390.
- Бориснев, С.В. (2003). *Социология коммуникаций*. Москва : ЮНИТИ, 270.
- Бутовская, М.Л. (1998). Эволюция человека и его социальной структуры. *Природа*, (9). 87–99.
- Вацлавик, П., Бивии, Д., Джексон, Д. (2000). *Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия*. Москва : Апрель-Пресс, Издательство ЭКСМО Пресс, 320.
- Грабар, Н.Г. (2015). *Спілкування в бібліотеці: теоретико-методологічний аналіз*. Харків : Майдан, 354.
- Дегтярев, А.Н. (2020). *Конверсия институтов. Начала теории*. Москва: Издательство NOTA BENE, 240.
- Зотов, В.В., Лысенко, В.А. (2010). Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества. *Теория и практика общественного развития*, (3), 53–55.
- Ильганаева, В.А. (2009). *Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник*. Харьков : КП «Городская типография», 392.
- Ильганаева, В.А. (2016). Медиа как фактор формирования единства человеческого сообщества. *Медіатрансформації: рік другий [ред. О.М. Холод]*. Київ, 85–107.
- Ильганаева, В.А. (2017). Социальное сознание в контексте эволюции отражательной системы общества. *Наука 21 века: консолидация науки в условиях системных социально-культурных трансформаций [ред. С.А. Заветный, В.А. Ильганаева]*. Харків : Міськдрук, 144–187.
- Ильин А.Н. (2015). Социальная атомизация и ослабление политической активности в условиях консюмеризма. *Горизонты гуманитарного знания*, (5), 58–82.
- Ильясов, Ф.Н. Коммуникативный подход к идентификации сознания. *Вестник Академии Наук СССР*, 1991, №2, 62–67.
- Ильганаева, В.О. (2019) Інтегральна концептуалізація як шлях до розкриття сутності соціальної комунікації. *Вісник Книжкової Палати*, (5), 14–17.
- Конах, В.К. (2015). Поняття «медіа-простір» в науковій думці. *Політологія. Вісник Дніпропетровського університету*, (2), 112–129.
- Коротков, И. (2008). Медиа как предельный опыт. *Медиа-философия II. Границы дисциплины*, Санкт-Петербург : Санкт-Петербургское философское общество, 39–42.
- Крапивенский, С.Э. (1996). *Социальная философия*. Волгоград : Комитет по печати, 352.
- Крылов, А.А. и Юсупов, И.М. (2016). Информационный взгляд на комплементарность сознания и духовности. У: *Материалы II международной научно-практической конференции «Духовно-нравственное развитие молодежи: междисциплинарная проблема XXI века» (13–14 октября 2016 г., Набережные Челны)*. Отримано 03 березня 2021 р. з [http://kpfu.ru/portal/docs/F710061118/Krylov\\_.Jusupov.pdf](http://kpfu.ru/portal/docs/F710061118/Krylov_.Jusupov.pdf)

- Кузнецов, Н.А., Баксанский, О.Е. и Гречишкина, Н.А. (2006). Фундаментальное значение информатики. *Информационные процессы*, Том 6, (2), 81–109.
- Лазаревич, А.А. (2010). Коммуникативно-диалогические основы преодоления социальной деструктивности. *Філософія спілкування: філософія, психологія, соціальні комунікації*, (3), 56–62.
- Лисичкин, В.А. и Шелепин, Л.А. (2001). *Глобальная империя Зла*. Москва : Крымский мост – 9Д, 445.
- Навроцький, В.В. (2005). *Логіка соціальної взаємодії*. Харків : Консум, 204.
- Новиков, А.С. (2009). Атомизация общества и её роль в становлении «общества масс». *Теория и история*, (2), 192–197.
- Рашкофф, Д. (2003). *Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание*. Москва : Ультра-Культура, 323.
- Розанов, Ф.И. (2015). Современные исследования социальных проблем. *Modern Research of Social Problems*, 7(51), 186–204.
- Соколов, А.В. (2002). *Общая теория социальной коммуникации*. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова, 449.
- Фридман, В.С. (2007). Словарь этологических терминов со специальным уклоном в исследовании коммуникации животных. Отримано 12 березня 2021 р. з <http://ethology.ru/library/?id=275>
- Холод, О.М. (2013). *Гіпермаркет свідомості і масмедіа: трансформація свідомості* (т. 1–2). Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 141.
- Холод, О.М. (2011). *Теорія інмутації суспільства*. Київ : КиМУ, 305.
- Чойропов, Ц.Ц. (2014). Социальные отношения как универсальный интегрирующий фактор в обществе. *Человек. Культура. Образование*, (1 (11)), 141–148.
- Ilganayeva, V. (2020). Integral State of Social Interaction in the Media Space of Modern Society. *Media4u Magazine*, (2), 1–4.
- McFarlane, D.A. (2012). Social communication in a technology-driven society: a philosophical exploration of factor-impacts and consequences. *American Communication Journal*, Vol. 12, (1), 1–14.
- Williams Woolley A., Chabris, Ch. F., Pentland, A., Hashmi, N. & Malone, T. W. (2010). Evidence for a Collective Intelligence Factor in the Performance of Human Groups. *Science*, Vol. 330, 686–688.

## References

- Bauman, Z. (2005). *Individualizirovannoe obshchestvo [Individualized society]*. Moscow : Logos, 390 [In Russian].
- Borisnev, S.V. (2003). *Sociologiya kommunikacij [Sociology of communications]*. Moscow : YUNITI, 270 [In Russian].
- Butovskaya, M.L. (1998). Evolyuciya cheloveka i ego socialnoj struktury. *Priroda [Nature]*, (9), 87–99 [In Russian].
- Vaclavik, P., Bivii, D., Dzhekson, D. (2000). *Pragmatika chelovecheskih kommunikacij: Izuchenie patternov, patologij i paradoksov vzaimodejstviya [The Pragmatics of Human Communication: Exploring the Patterns, Pathologies, and Paradoxes of Interaction]*. Moscow : Aprel-Press, Izdatelstvo EKSMO Press, 320 [In Russian].
- Hrabar, N.H. (2015). *Spilkuvannia v bibliotetsi: teoretyko-metodolohichniy analiz [Communication in the library: theoretical and methodological analysis]*. Kharkiv : Maidan, 354 [In Ukrainian].
- Degtyarev, A.N. (2020). *Konversiya institutov. Nachala teorii [Conversion of institutions. Beginnings of theory]*. Moscow : NOTA BENE, 240 [In Russian].

- Zotov, V.V., Lysenko, V.A. (2010). Kommunikativnye praktiki kak teoreticheskij konstrukt izucheniya obshchestva. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya [Theory and practice of social development]*, (3), 53–55 [In Russian].
- Ilganaeva, V.A. (2009). *Sotsialnye kommunikaczii (teoriya, metodologiya, deyatel'nost'): slovar-spravochnik [Social communications (theory, methodology, activity): reference dictionary]*. Kyiv : Gorodskaya tipografiya, 392 [In Russian].
- Ilganaeva, V.A. (2016). Media kak faktor formirovaniya edinstva chelovecheskogo soobshchestva. *Mediatransformaczii: rik drugyi [Media Transformation: Year Two] (O. Kholod, red.)*. Kyiv, 85–107 [In Russian].
- Ilganayeva, V.A. (2017). Sotsialnoye soznaniye v kontekste evolyutsii otrazhatel'noy sistemy obshchestva. *Nauka 21 veka: konsolidatsiya nauki v usloviyakh sistemnykh sotsialno-kulturnykh transformatsiy: kollektivnaya monografiya (S. Zavetnyy, V. Ilganayeva, red.) [Science of the 21st century: consolidation of science in the context of systemic socio-cultural transformations (ed. S. Zavetny, V. Ilganayeva)]*. Kharkiv : Miskdruk, 144–187 [In Russian].
- Ilin, A.N. (2015). Sotsialnaya atomizatsiya i oslablenie politicheskoy aktivnosti v usloviyakh konsyumerizma. *Gorizonty gumanitarnogo znaniya [The horizons of humanitarian knowledge]*, (5), 58–82 [In Russian].
- Ilyasov, F.N. Kommunikativnyj podkhod k identifikaczii soznaniya. *Vestnik Akademii Nauk SSSR [Bulletin of the Academy of Sciences of the USSR]*, 1991, (2), 62–67 [In Russian].
- Ilhanaieva, V.O. (2019). Intehralna kontseptualizatsiia yak shliakh do rozkryttia sutnosti sotsialnoi komunikatsii. *Visnyk Knyzhkovoї Palaty [Bulletin of the Book Chamber]*, (5), 14–17 [In Ukrainian].
- Konakh, V.K. (2015). Poniattia «media-prostir» v naukovii dumtsi. *Politolohiia. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu [Politology. Bulletin of Dnipropetrovsk University]*, (2), 112–129 [In Ukrainian].
- Korotkov, I. (2008). Media kak predelnyj opyt. *Media-filosofiya II. Granicy discipliny [Media Philosophy II. Discipline boundaries]*, Sankt-Peterburg : Sankt-Peterburzhskoe filosofskoe obshchestvo, 39–42 [In Russian].
- Krapivenskij, S.E. (1996). *Sotsialnaya filosofiya [Social philosophy]*. Volgograd : Komitet po pečati, 352 [In Russian].
- Krylov, A.A. i Yusupov, I.M. (2016). Informacionnyj vzglyad na komplementarnost soznaniya i duhovnosti. U: *Materialy II mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Duhovno-nravstvennoe razvitie molodezhi: mezhdisciplinarnaya problema XXI veka» [Materials of the II International Scientific and Practical Conference «Spiritual and Moral Development of Youth: An Interdisciplinary Problem of the XXI Century»]* (13–14 oktyabrya 2016 g., Naberezhnye Chelny). Otrimano 03 bereznya 2021 r. z <http://kpfu.ru/portal/docs/F710061118/Krylov..Jusupov.pdf> [In Russian].
- Kuznecov, N.A., Baksanskij, O.E. i Grechishkina, N.A. (2006). Fundamentalnoe znachenie informatiki. *Informacionnye processy [Information processes]*, Tom 6, (2), 81–109 [In Russian].
- Lazarevich, A.A. (2010). Kommunikativno-dialogicheskie osnovy preodoleniya socialnoj destruktivnosti. *Filosofiia spilkuвання: filosofiia, psykhologhiia, sotsialni komunikatsii [Philosophy of communication: philosophy, psychology, social communications]*, (3), 56–62.
- Lisichkin, V.A. i SHelepin, L.A. (2001). *Globalnaya impereiya Zla [Global Empire of Evil]*. Moscow : Krymskij most – 9D, 445 [In Russian].
- Navrotskyi, V.V. (2005). *Lohika sotsialnoi vzaiemodii [The logic of social interaction]*. Kharkiv : Konsum, 204 [In Ukrainian].
- Novikov, A.S. (2009). Atomizatsiya obshchestva i eyo rol v stanovlenii «obshchestva mass». *Teoriya i istoriya [Theory and history]*, (2), 192–197 [In Russian].

- Rashkoff, D. (2003). *Mediavirus. Kak pop-kultura tajno vozdejstvuet na vashe soznanie [Media virus. How pop culture secretly affects your mind]*. Moscow : Ultra-Kultura, 323 [In Russian].
- Rožanov, F.I. (2015). Sovremennye issledovaniya socialnyh problem. *Modern Research of Social Problems*, 7(51), 186–204 [In Russian].
- Sokolov, A.V. (2002). *Obshchaya teoriya socialnoj kommunikacii [General theory of social communication]*. St. Petersburg : Izd-vo Mihajlova, 449 [In Russian].
- Fridman, V.S. (2007). Slovar etologicheskikh terminov so specialnym ukonom v issledovanii kommunikacii zhivotnyh [Dictionary of ethological terms with a special bias in the study of animal communication]. Otrimano 12 bereznya 2021 r. z <http://ethology.ru/library/?id=275> [In Russian].
- Kholod, O.M. (2011). *Teoriia inmutatsii suspilstva [The theory of inmutation of society]*. Kyiv : KyMU, 305 [In Ukrainian].
- Kholod, O.M. (2013). *Hipermarket svidomosti i masmedia: transformatsiia svidomosti [Hypermarket of consciousness and mass media: transformation of consciousness]* (t. 1–2). Kyiv : Kyivskiy natsionalnyi universytet kultury i mystetstv, 141 [In Ukrainian].
- Chojropov, C.C. (2014). Socialnye otnosheniya kak universalnyj integriruyushchij faktor v obshchestve. *Chelovek. Kultura. Obrazovanie [Human. Culture. Education]*, (1 (11)), 141–148 [In Russian].
- Ilganayeva, V. (2020). Integral State of Social Interaction in the Media Space of Modern Society. *Media4u Magazine*, (2), 1–4.
- McFarlane, D.A. (2012). Social communication in a technology-driven society: a philosophical exploration of factor-impacts and consequences. *American Communication Journal*, Vol. 12, (1), 1–14.
- Williams Woolley A., Chabris, Ch. F., Pentland, A., Hashmi, N. & Malone, T. W. (2010). Evidence for a Collective Intelligence Factor in the Performance of Human Groups. *Science*, Vol. 330, 686–688.

## **РОЗВИТОК МЕДІАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

**Валентина Ільганаєва,**  
доктор історичних наук,  
професор кафедри соціокультурної діяльності,  
КЗВО «Ужгородський інститут культури і мистецтва» ЗОР,  
Минайська 38/88, Ужгород, 88009, Україна

### **Анотація**

**Мета статті** полягає в обґрунтуванні чинників, змісту еволюційного розгортання комунікації як медіальної функції в суспільстві.

**Методи дослідження й техніки.** Методологічна цілісність вивчення комунікаційних феноменів досягається використанням низки наукових підходів: історико-еволюційного, системно-інтеграційного, процесного, телеологічного, що роблять можливим провести необхідний синтез знань відносно функціональності соціальної комунікації. Вони стимулюють процеси фундаменталізації, інтеграції, генералізації, інновації науково-пізнавальної діяльності в соціально-комунікаційній сфері. Використання сукупності наукових підходів дозволяє верифікувати досягнення досліджень різних наукових напрямів, що використовують комунікаційний принцип для вивчення соціальних процесів та впливають на формування розуміння єдності комунікаційних процесів у суспільстві.

**Висновки.** Доведено, що поглиблення вивчення комунікаційних феноменів є системною потребою вдосконалення соціальної взаємодії в суспільстві. Відзначено, що в наш час формується зовсім інша системна організація комунікаційної взаємодії, що зумовлена як його масштабами комунікаційного процесу в суспільстві. Соціальне призначення комунікації й комунікаційного процесу проявляється через системо-регуляторну функцію, що забезпечується структурною формою комунікаційних процесів та їх змістом. Медіальна функція комунікації спрямована на забезпечення інтеграції суспільства й людства з досягнення рівноважної соціальної взаємодії та стану суспільства як цілісної системи.

**Ключові слова:** комунікація, соціальна взаємодія, соціальні комунікації, визначення, функціональність, медіальність.

*Submitted to the editor – 31.03.2021*

*Reviewed – 18.05.2021*

*Accepted for printing – 06.07.2021*

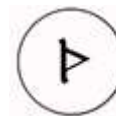
*Подано до редакції – 31.03.2021*

*Рецензовано – 18.05.2021*

*Прийнято до друку – 06.07.2021*



## QUANTUM JOURNALISM: PRINCIPLES OF METHODOLOGICAL INSTITUTIONALIZATION



**Oleksandr Kholod,**  
*Doctor of Science in Philology,  
 Head of the Department of Journalism,  
 E-mail: akholod@ukr.net,  
<https://orcid.org/0000-0002-6851-0176>  
 ResearcherID: AAD-5598-2019  
 Vasil Stefanik Carpathian National  
 University,  
 Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk,  
 Ukraine, 76000.*

### Citation:

Kholod, O. (2021). Quantum Journalism: Principles of Methodological Institutionalization. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-1 Retrieved from <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Kholod O., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

### Annotation

**The aim of the study** was to formulate the basic principles of methodological formulation of quantum journalism concept (Latin – «quantum journalism», abbreviated – QJ with the pronunciation [k'udzei]; in Ukrainian – «kudzhei»).

**Methodology.** In the group of general methods, the method of monistic idealism was chosen, this presupposes the primacy of the spirit. In line with monistic idealism, we rely on the concept of quantum infinity. Among the empirical methods the axiomatic method and the hypothetical-deductive method were used. The first, axiomatic method, allowed to put forward positions that did not require proof. On their basis, the theses that formed the axiomatic theory of the functioning of quantum journalism derived. The hypothetical-deductive method became the basis for making a hypothesis and further proving its validity by deduction.

**Conclusions.** According to the results of the research, the basic principles of methodological systemization of quantum journalism were formulated. When studying the theoretical foundations of quantum journalism, it is necessary to use the potential of quantum theory (mainly its Copenhagen interpretation). The study of practical activities within quantum journalism carried out based on the position that the trends that recorded in the field of the micro world have their transformations in the macro world. Quantum journalism is considered a social institution, which is a theoretical and practical form of social activity of specialists in social communications and based on ideas that are hypothetically formulated in mathematics and quantum mechanics. In quantum journalism, the unit of analysis (as well as the unit of measurement) is a synergetic-convergent and cross-transmedia unity, the elements of which alone (in isolation) cannot represent the total action, on the one hand, and which alone do not represent the characteristics of the set, on the other.

**Key words:** quantum journalism, methodological institutionalization, quantum mechanics, institutionalization.

## КВАНТОВА ЖУРНАЛІСТИКА: ПРИНЦИПИ МЕТОДОЛОГІЧНОЇ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ

**Олександр Холод,**  
доктор філологічних наук,  
завідувач кафедри журналістики  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника  
(м. Івано-Франківськ, Україна)

### Вступ

Проблема дослідження полягає у відсутності уявлення про квантову журналістику як фахову діяльність людини. Невідомими є й шляхи поєднання теоретичного смислу поняття «квант» як фізичного явища з поняттям «журналістика» як форми практичної діяльності. Нині відсутні знання про об'єкт і предмет квантової журналістики, методологію й методики вивчення її процесів. Ми не знаємо про те, якою може бути одиниця(-ці) аналізу й одиниця (-ці) вимірювання згаданих процесів. Отже, аналізована нами проблема як знання про відсутність знань об'єкта дослідження (Научное знание. Проблема, 2020) є суцільним незнанням. Воно потребує свого вирішення, що ми розглядаємо як нагальну необхідність подальшого пізнання діапазону взаємодії квантової теорії з теорією журналістики.

Спіраючись на висловлене, формуємо *мету* свого дослідження: сформулювати основні принципи методологічної інституалізації квантової журналістики.

*Об'єктом* дослідження вважаємо методологічну інституалізацію квантової журналістики, *предметом* – її основні принципи.

### Методи й методики дослідження

Матеріалістичні методи є методами тієї наукової картини світу, від якої ми відійшли, що дало нам можливість прийняти протилежний бік бачення світобудови. Незважаючи на декларовану трансформацію, ми переконані, що серед методів матеріалізму є продуктивні й корисні для здійснення нами поставленої мети – методологічної інституалізації квантової журналістики. Ідеалістичні методи також не мають повного діапазону (якщо такий можливий) свого ресурсу для обґрунтування згаданої інституалізації в межах квантової журналістики. Вважаємо за доцільне зазначити, що для нашого дослідження придатними можуть бути не стільки різко диференційовані матеріалістичні чи ідеалістичні методи, скільки ті методи, якими послуговуються представники й матеріалізму, й ідеалізму, і, можливо, інших (дуалістичних) наук, які не відносять до жодної з філософських платформ. Пояснимо доцільність й об'єктивність такого підходу до визначення діапазону методів свого дослідження тим, що всесвітній досвід застосування методологій різних наукових шкіл свідчить про односторонність результатів, що отримуються таким чином. Ми підтримуємо методологічну позицію професора В.В. Крутова (Крутов, 2014; Крутов, 2018; Крутов, 2020-1; Крутов, 2020-2), який стверджує, що ми не маємо права очікувати на той час, коли антагоністичні наукові кола зійдуться у своїх методологіях і «запропонують» світові валідні й верифіковані методи для розв'язання нагальних проблем людства практичними методами. Із давніх часів у науковому й ненауковому світі існують різні шляхи (методи) досягнення, наприклад, здорового способу життя, оздоровлення духу, формування суспільної думки, налаштування економічних засад існування суспільства, підтримки безпечного рівня життя людей тощо. Під час розв'язання згаданих проблем людство не запитує про те, чи матеріалісти, чи ідеалісти або дуалісти запропонували певний успішний метод. Важливим у



такому випадку є позитивний результат. Саме тому ми не пристаємо лише, наприклад, до матеріалістичних або ідеалістичних методів, метафізичних чи методів містиків. Прагнемо взяти від людського методологічного досвіду лише практично корисні шляхи вивчення явищ і процесів світобудови, наслідуючи при цьому єдину мету покращення реальності, її прогресивну трансформацію.

Щоб нас не звинуватили в еkleктизмі, або в тому, що ми методологічно чинимо неправильно, послуговуючись методами антагоністичних наукових напрямків, детально обґрунтуємо можливість застосування в нашому дослідженні кожного методу.

Оскільки в сучасній науці для вивчення процесів і явищ, що пов'язані з духовною складовою людини, продуктивно паралельно застосовуються різні методи (і матеріалістичні, й ідеалістичні), ми сформуємо оригінальну методологію (систему методів) подальшого пошуку й у декількох словах запропонуємо характеристику кожного з тих, які доцільно, на наш погляд, залучити.

Оскільки варто розрізнити три групи методів (загальні методи процесів пізнання, методи теоретичного дослідження й емпіричні методи), із кожної групи оберемо ті, що будемо вважати валідними<sup>1</sup>.

У групі загальних методів звертаємося до *методу моністичного ідеалізму* (Холод, 2018; Холод, 2020-1; Холод, 2020-2), який передбачає первинність духу. У руслі моністичного ідеалізму ми спираємося на *концепцію квантової безмежності* (від лат. conceptu – «концепція»; лат. quántum – «квантовий» і лат. «infinitum» – безмежність; далі – скорочено ККБ, або лат. CQI), яку запропонували раніше (Холод, 2020-1).

Із групи валідних теоретичних методів обрали *аналіз* як розчленування цілого предмета (квантової журналістики) на його складові (об'єкт, предмети, методи). Нам у подальшому дослідженні корисним буде метод *синтезу*, який дозволить з'єднати раніше виділені частини предмета дослідження (об'єкт, предмети й методи) у єдине ціле – квантову журналістику, але вже без другорядних факторів (складників), що буде зумовлено застосуванням *методу абстрагування* як відволікання від низки властивостей і відносин складників квантової журналістики й зосередження на властивостях і відносинах, що цікавлять нас. Ми не зможемо обійти *метод узагальнення*, оскільки його потенціал дозволить установити загальні властивості й ознаки квантової журналістики.

Серед емпіричних методів найбільш валідними вважаємо, по-перше, *аксіоматичний метод* і, по-друге, *гіпотетико-дедуктивний метод*. Перший, аксіоматичний метод, дозволить нам висувати положення, що не вимагатимуть доведення. На їхній базі зможемо виводити тези, що будуть утворювати аксіоматичну теорію про функціонування квантової журналістики. Гіпотетико-дедуктивний метод стане основою для висування гіпотези й подальшого доведення її правильності або хибності шляхом дедукції.

Спираючись на викладені методологічні основи подальшого дослідження, можемо сформулювати *гіпотезу*. Передбачаємо, що квантова журналістика має принципи методологічної інституалізації.

## Результати й обговорення

Із метою уточнення понять і термінів, що їх означають, на початку свого дослідження звернемося до визначень ключових слів, якими будемо оперувати в подальших розмислах. Перш за все звернемося до термінів «квант», «журналістика», «квантова журналістика», «принципи методологічної інституалізації».

<sup>1</sup> Валідність – «міра адекватності дослідницьких інструментів (методик проведення експериментів, процедур вимірювання, тестів тощо) тим завданням, для вирішення яких вони створені». (див.: Валідність. Енциклопедія сучасної України. Дата звернення 15.01.2021 [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=32984](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=32984)).

Термін «квант» походить від латинського слова «quantum», яке перекладається як «скільки». Словники зазначають, що під квантом у фізиці мають на увазі таку частку, яка є неподільною. Також вважається, що квант – це загальна назва порції енергії (Квант, 2020). «В основі поняття лежить уявлення квантової механіки про те, що деякі фізичні величини можуть приймати тільки певні значення (кажуть, що фізична величина квантується). У деяких важливих окремих випадках ця величина або крок її зміни можуть бути тільки цілими кратними деякого фундаментального значення – й останнє називають квантом» (Квант, 2020). Візьмемо до уваги наведене визначення й, урахувавши його смисл, сформулюємо власне, орієнтуючись на те, що наше дослідження стосується гуманітарної галузі життєдіяльності людини – журналістики. Разом із цим варто уточнити значення терміна «журналістика». Під ним маємо таку соціально орієнтовану фахову діяльність, яка спрямована на пошук і відбір суспільно важливої інформації, її підготовку до аналізу й трансляції для масового сприйняття та подальшу орієнтацію на вплив журналістської продукції на аудиторію. Звідси термін «квантова журналістика» пропонуємо тлумачити як здійснення порційного (від «порція») впливу на аудиторію, при цьому слід урахувати, що та інформація, яка транслюється журналістом, є неподільною на дрібніші «порції» і є частиною більш значимої інформації. Таким чином, квантова журналістика за своєю суттю, на перший погляд, є тією самою звичайною журналістикою, але за умови, що одиницею аналізу в ній слід вважати не лише слово, синтагму, речення, абзац, період чи текст, які є традиційними одиницями в лінгвістичній орієнтації журналістики. Не слід вважати одиницею аналізу у квантовій журналістиці лише суспільно чи політично важливу подію в житті індивідів, соціальних груп, спільнот чи соціальних інститутів або політичних суб'єктів, що притаманно відповідно соціологічній і політологічній орієнтаціям дослідників журналістики. Неправильним буде вважати, що одиницею аналізу у квантовій журналістиці є психологічний вплив і як результат – зміна моделей поведінки особистості чи психологічної групи. Одиницею аналізу у квантовій журналістиці пропонуємо вважати три специфічні риси, що спираються на три основні постулати (принципи, закони, категорії) квантової механіки. Ідеться про *принцип невизначеності* В. Гейзенберга, *принцип доповнюваності* Н. Бора, *поняття «суперпозиції»* і *«спостерігач»*. Звертаючи увагу на те, що багатьом дослідникам-гуманітаріям важко розібратися в термінах, що активно застосовуються в межах квантової механіки, далі ми здійснюємо порівняльний аналіз класичних визначень згаданих принципів і понять із тими, які ми пропонуємо застосовувати у квантовій журналістиці (див. табл. 1, 2 і 3 далі).

У табл. 1 (див. Додаток 1) ми подали дефініцію принципу невизначеності В. Гейзенберга, яка сформульована таким чином: «Принцип невизначеності стверджує, що існують фундаментальні перешкоди для точного одночасного вимірювання двох або більшої кількості параметрів системи з довільною похибкою. У прикладі з вільною частинкою це означає, що принципово неможливо знайти таку хвильову функцію, яка була б власним станом одночасно й імпульсу, і координати. Із цього й випливає, що координата та імпульс не можуть бути одночасно визначені з довільною похибкою. Із підвищенням точності вимірювання координати максимальна точність вимірювання імпульсу зменшується й навпаки. Параметри, для яких таке твердження справедливе, мають назву канонічно пов'язаних» (Квантова механіка, 2020; Гейзенберг, 1989). Аналіз наведеного визначення дозволив нам сформулювати авторське бачення застосування його ознак і критеріїв, що фіксуються в мікросвіті, щодо тих, які притаманні сучасній журналістиці. Таким чином, принцип невизначеності В. Гейзенберга передбачає, що в журналістів (виробників медійного продукту) і в аудиторії різні критерії ідентифікації інформації, її відбору, підготовки, трансляції та вимірювання впливу на моделі поведінки. За принципом невизначеності у квантовій журналістиці є істинним твердження «Чим більше прагнення до точності вимірювання якості журналістського продукту, тим менший ступінь вірогідності адекватного

відбиття змісту такого продукту й навпаки». Наслідуючи термінологію квантової механіки, критерії такої взаємозалежності в журналістиці назвемо спряженими критеріями. Детальний порівняльний аналіз тенденцій двох визначень принципу невизначеності В. Гейзенберга (у квантовій механіці й журналістиці) дозволив нам стверджувати повну подібність (100%) між ними.

Наступне поняття квантової механіки, до тенденцій якого ми звертаємося, називається принцип доповнюваності Н. Бора. Суть принципу сформульована в декількох джерелах, які ми цитуємо далі: «...кожна фізична величина разом зі своєю канонічно спряженою утворює пару комплементарних величин, при цьому в будь-якому стані квантової системи певне значення може мати лише одна з них, або ж вони обидві не мають певного значення» (Принцип доповнюваності, 2021). Автори інших джерел пропонують таке визначення: «принцип доповнюваності намагається пояснити, яким чином одна й та ж частинка може мати хвильові та корпускулярні властивості, як це впливає з корпускулярно-хвильового дуалізму Луї де Бройля. Якщо в класичній фізиці для опису вільної частинки використовуються дві змінні: координата та імпульс, то у квантовій механіці існують два підходи: в одному змінною є координата, а в іншому – імпульс. Відповідно, у першому імпульс може мати точне значення, у другому точне значення може мати координата» (Принцип доповнюваності, 2021). Є також й інші визначення (Кравченко, 2002; Давидов, 2012).

Тепер звернемося до тих тенденцій принципу доповнюваності, які фіксуються, на наш погляд, також у квантовій журналістиці. Принцип доповнюваності тут тлумачиться нами як неможливість здійснення аналізу циркулювання журналістського продукту в медіапросторі лише з боку виробника такого продукту, але так само неможливо здійснити об'єктивний аналіз лише з боку аудиторії. У кожній стороні є лише її притаманні критерії аналізу. Жоден із них не відбиває об'єктивної картини процесу й повинен розглядатися як комплементарний один щодо одного. Разом із тим один і той самий журналістський продукт може мати як оцінку його виробників, так й оцінку об'єкта, на який його спрямовано (аудиторія).

Наступними поняттями квантової механіки, якими ми послуговуємося під час уведення в науковий обіг нових понять і термінів, що їх позначатимуть, є поняття «спостерігач» і «суперпозиція». Розгляд обох понять маємо робити в одному абзаці, оскільки як у квантовій механіці, так і у квантовій журналістиці вони не можуть функціонувати в обігові окремо. Вони взаємопов'язані. Оскільки предмет нашого обговорення є складним не лише для гуманітаріїв, а й для фізиків, звернемося до точних формулювань двох згаданих понять і термінів. Отже, «у квантовій механіці, «спостереження» є синонімом вимірювання, «спостерігач» – синонімом вимірювальної апаратури, а спостережуване – із тим, що можна виміряти. Одним з основних понять квантової механіки є сформульована ще в 1924 році в спільній роботі Бора, Крамерса й Слейтера інтерпретація хвильової функції  $\psi$  як хвилі ймовірності, а не реальної хвилі, як припускав Луї де Бройль» (Квантова механіка, 2020). Інше джерело повідомляє про те, що «згідно з принципом суперпозиції, якщо квантова система може перебувати в станах  $\psi_1$  і  $\psi_2$ , то вона може знаходитися також і в стані  $a\psi_1 + b\psi_2$ , де  $a$  та  $b$  – будь-які комплексні числа, які задовольняють умову нормування  $|a|^2 + |b|^2 = 1$ » (Принцип суперпозиції (квантова механіка), 2021). Автори ілюструють свою думку: «...Розглянемо, наприклад, частку, яка в одному стані має імпульс  $p_1$  (позначимо його кет-вектором  $|p_1\rangle$ ), а в іншому імпульс  $p_2$  (позначимо його  $|p_2\rangle$ ). Згідно із принципом суперпозиції дана частка може також перебувати, наприклад, у стані  $|p_1\rangle + |p_2\rangle$ . Яким у такому випадку буде імпульс частинки? Висновок квантової механіки полягає в тому, що імпульс у такому стані невизначений. Якщо його виміряти, то можна з однаковою ймовірністю отримати або значення  $p_1$ , або ж значення  $p_2$ . ...Для квантової системи значення фізичної змінної може бути невизначеним» (Принцип суперпозиції (квантова механіка), 2021).

Звертаючись до подібності тенденцій, які ми фіксуємо в аналізованих поняттях «суперпозиція» і «спостерігач» у межах квантової механіки й у межах журналістики, розтлумачимо їхню сутність у квантовій журналістиці. У ній також, як і у квантовій механіці, поняття «суперпозиція» пов'язане з поняттям «спостерігач» і застосовується до інформації як порції енергії (кванту) у декількох випадках:

1) прояв кванту інформації можливий лише тоді, коли є спостерігач (ним може бути як сам журналіст, так й аудиторія, і засоби вимірювання впливу мас-медіа на аудиторію); без спостерігача інформація не може колапсуватися (схлопуватися), або ідентифікуватися з множини можливостей перебігу подій;

2) коли журналіст, трансформуючи інформацію згідно з поставленою метою, може впливати на енергетичний (квантовий) потенціал інформації та формувати з неї потрібний засіб маніпуляції (у формі мутації, інмутації чи абмутації) (Холод, 2012); у такому випадку слід вважати, що одна й та сама інформація має можливість колапсуватися (схлопуватися), інтерпретуватися різними журналістами по-різному: іншими словами, саме журналіст колапсує певний енергетичний (квантовий) «заряд» інформації; причому від рівня майстерності, типу темпераменту, типу характеру, інтелектуального фону й розумових здібностей журналіста залежить ступінь такої квантової зарядженості, як і ступінь її подальшої реалізації в суспільстві;

3) коли здійснюється вимірювання впливу квантової інформації на аудиторію, непередбачуваною є реакція аудиторії на вміст інформації: реакція може бути як позитивна (домовимося називати таку тенденцію «мутаційне колапсування інформації»), так негативна (назвемо «інмутаційне колапсування інформації»), а іноді абмутаційна реакція, коли може фіксуватися відсутність будь-яких змін у колективній поведінці аудиторії (назвемо таку тенденцію «абмутаційне колапсування інформації»).

Пропонуємо декілька пояснень до загального бачення методики складання трьох таблиць (див. табл. 1–3 у Додатках).

Таблиця 1.

Порівняльний аналіз класичних визначень принципів і понять квантової механіки та їхніх тлумачень у межах квантової журналістики (принцип невизначеності В. Гейзенберга)

Принципи й поняття <b><u>квантової механіки</u></b>	Ступінь кореляції (у %):		Принципи й поняття <b><u>квантової журналістики</u></b>
	подібність («+») (у %)	розбіжність («-») (у %)	
<b>Принцип невизначеності В. Гейзенберга</b>			
«Принцип невизначеності стверджує, що існують фундаментальні перешкоди для точного одночасного вимірювання двох або більшої кількості параметрів системи з довільною похибкою. У прикладі з вільною частинкою це означає, що принципово неможливо знайти таку хвильову функцію, яка була б власним станом одночасно й імпульсу, і координати. Із цього й випливає, що координата та імпульс не можуть бути одночасно визначені з довільною похибкою. Із підвищенням точності вимірювання координати максимальна точність вимірювання імпульсу зменшуються й навпаки. Параметри,	+	-	Принцип невизначеності передбачає, що в журналістів (виробників медійного продукту) і в аудиторії різні критерії ідентифікації інформації, її відбору, підготовки, трансляції та вимірювання впливу на моделі поведінки. За принципом невизначеності у квантовій журналістиці є істинним твердження «Чим більше прагнення до точності вимірювання якості журналістського продукту, тим менший ступінь вірогідності адекватного відбиття змісту такого продукту й навпаки».

для яких таке твердження справедливе, мають назву канонічно спряжених» (Квантова механіка, 2020; Гейзенберг, 1989).			Критерії такої взаємозалежності назвемо спряженими критеріями.
Підсумок	100	0	

*По-перше*, аналізовані нами принципи й поняття квантової механіки стосуються процесів і явищ, що зафіксовано в механіці як розділі фундаментальної природничої науки фізики, саме тому, на думку прихильників класичної та квантової фізики (Гейзенберг, Шрєдингер, Дирак, 1934; Вакарчук, 2012; Ландау, Лифшиц, 2008; Schrödinger, 1935), не можуть бути інтерпольовані на гуманітарні науки, до яких традиційно відносяться журналістика й медієвістика.

*По-друге*, необхідно зазначити, що ми не шукали штучних паралелей чи метафор, які б споріднювали квантову механіку й журналістику, а, навпаки, фіксували в журналістиці досить давно відомі принципи й закономірності, які до теперішнього часу не мали однозначної назви.

Таблиця 2.

Порівняльний аналіз класичних визначень принципів і понять квантової механіки та їхніх тлумачень у межах квантової журналістики (принцип доповнюваності Н. Бора)

Принципи й поняття <b><u>квантової</u></b> <b><u>механіки</u></b>	Ступінь кореляції (у %):		Принципи й поняття <b><u>квантової журналістики</u></b>
	подібність (« $\leftrightarrow$ »)	розбіжність (« $\nleftrightarrow$ »)	
<b>Принцип доповнюваності Н. Бора</b>			
«...Кожна фізична величина разом зі своєю канонічно спряженою утворює пару комплементарних величин, при цьому в будь-якому стані квантової системи певне значення може мати лише одна з них, або ж вони обидві не мають певного значення» (Принцип доповнюваності, 2021). «Принцип доповнюваності намагається пояснити, яким чином одна й та ж частинка може мати хвильові та корпускулярні властивості, як це впливає з корпускулярно-хвильового дуалізму Луї де Бройля. Якщо в класичній фізиці для опису вільної частинки використовуються дві змінні: координата та імпульс, то у квантовій механіці існують два підходи: в одному змінною є координата, а в іншому імпульс. Відповідно, в першому імпульс може мати точне значення, у другому точне значення може мати координата» (Принцип доповнюваності, 2021; Кравченко, 2002; Давидов, 2012).	+	-	Принцип доповнюваності у квантовій журналістиці тлумачиться як неможливість здійснення аналізу циркулювання журналістського продукту в медіапросторі лише з боку виробника такого продукту. Так само неможливо здійснити об'єктивний аналіз і з боку лише аудиторії. У кожній стороні є лише її притаманні критерії аналізу. Жоден із критеріїв не відбиває об'єктивної картини процесу й повинен розглядатися як комплементарний один щодо одного. Разом із тим один і той самий суб'єкт (журналістський продукт) може мати як оцінку його виробників, так й оцінку об'єктів, на яких його спрямовано (аудиторія).
Підсумок	100	0	

*По-третє*, об'єкт і предмети журналістики не можна порівнювати з об'єктом і предметами вивчення у квантовій механіці, але в силу поширення понять, категорій і принципів останньої ми, як будь-який уважний інтуїтивний дослідник уловлюємо загальні

філософські тенденції квантової механіки як складника наукової галузі «Фізика», так і журналістики, яка є складником наукової галузі «Соціальні комунікації». Такі тенденції не лише зближують, на наш погляд, філософське розуміння процесів мікро- й макросвітів, але й підштовхують нас до розуміння фізики й соціальних комунікацій як системних частин знання Цілого, Єдиного, що часто називають Природою, Всесвітом, Абсолютом, Всевишнім, Богом, Аллахом, Буддою, Началом, Світобудовою тощо.

У дослідженні ми звертаємося до терміна «принципи методологічної інституалізації», який, на наш погляд, необхідно розтлумачити детально по відношенню до соціокультурного явища, що виникає в теорії соціальних комунікацій, – квантової журналістики.

Оскільки термін «інституалізація» є похідним від терміна «інститут» («соціальний інститут»), варто уточнити значення останнього. Будемо спиратися на розуміння соціального інституту як «абстрактні – вигадані людьми обмеження, які визначають взаємодію людей. Ці обмеження дають інформацію про те, що заборонено в даній ситуації, а також які умови необхідно виконати, щоб мати можливість робити якісь дії, які права та обов'язки пов'язані з певними діями» (Клапків, 2015). На підставі такого тлумачення терміна «соціальний інститут» застосуємо його значення до процесу соціальних комунікацій, що містять поняття журналістики. Урахуємо, що журналістика є видом соціальної фахової діяльності, спрямованої на збирання, відбір, формування, підготовку до трансляції та саму трансляцію інформації, а також подальшу орієнтацію на функції соціального інжинірингу й регуляцію соціальних відносин між соціальними групами, класами та інститутами. Якщо журналістику маємо право кваліфікувати як соціальний інститут, то квантову журналістику як складову журналістики також маємо називати соціальним інститутом, що дає нам поштовх до з'ясування значення поняття «інституалізація» та однойменного терміна, яким згадане поняття позначається в науковому обігу.

Таблиця 3.

Порівняльний аналіз класичних визначень принципів і понять квантової механіки та їхніх тлумачень у межах квантової журналістики (поняття «спостерігач» і «суперпозиція»)

Принципи й поняття <u>квантової механіки</u>	Ступінь кореляції (у %):		Принципи й поняття <u>квантової журналістики</u>
	подібність («+»)	розбіжність («-»)	
<b>Поняття «спостерігач» і «суперпозиція»</b>			
«У квантовій механіці «спостереження» є синонімом вимірювання, «спостерігач» – синонімом вимірювальної апаратури, а спостережуване – із тим, що можна виміряти. Одним з основних понять квантової механіки є сформульована ще в 1924 році в спільній роботі Бора, Крамерса і Слейтера інтерпретація хвильової функції $\psi$ як хвилі ймовірності, а не реальної хвилі, як припускав Луї де Бройль». «Згідно з принципом суперпозиції, якщо квантова система може перебувати в станах $\psi_1$ і $\psi_2$ , то вона може знаходитися також і в стані $a\psi_1 + b\psi_2$ , де $a$ та $b$ – будь-які комплексні числа, які задовольняють умову нормування $ a ^2 +  b ^2 = 1$ ».	+	-	У квантовій журналістиці поняття «суперпозиція» пов'язане з поняттям «спостерігач» і застосовується до інформації як порції енергії (кванту) у декількох випадках: 1) прояв кванту інформації можливий лише тоді, коли є спостерігач (ним може бути як сам журналіст, так й аудиторія, і засоби вимірювання впливу мас-медіа на аудиторію); без спостерігача інформація не може колапсуватися (схлопуватися); 2) коли журналіст, трансформуючи інформацію згідно з поставленою метою, може впливати на її енергетичний (квантовий) потенціал і формувати з неї

<p>«... Розглянемо, наприклад, частку, яка в одному стані має імпульс <math>p_1</math> (позначимо його кет-вектором <math> p_1\rangle</math>), а в іншому імпульс <math>p_2</math> (позначимо його <math> p_2\rangle</math>). Згідно із принципом суперпозиції дана частка може також перебувати, наприклад, у стані <math> p_1\rangle +  p_2\rangle</math>. Яким у такому випадку буде імпульс частинки? Висновок квантової механіки полягає в тому, що імпульс в такому стані невизначений. Якщо його виміряти, то можна з однаковою ймовірністю отримати або значення <math>p_1</math>, або ж значення <math>p_2</math>.</p> <p>...Для квантової системи значення фізичної змінної може бути невизначеним» (Принцип суперпозиції (квантова механіка), 2021).</p>			<p>потрібний засіб маніпуляції (у формі мутації, інмутації чи абмутації (Холод, 2012); у такому випадку слід вважати, що одна й та сама інформація має можливість колапсуватися (схлопуватися) різними журналістами порізно: іншими словами, саме журналіст колапсує певний енергетичний (квантовий) «заряд» інформації; причому від рівня майстерності, типу темпераменту, типу характеру, інтелектуального фону й розумових здібностей журналіста залежить ступінь такої квантової зарядженості, як і ступінь її подальшої реалізації в суспільстві;</p> <p>3) коли здійснюється вимірювання впливу квантової інформації на аудиторію, непередбачуваною є реакція аудиторії на вміст інформації: реакція може бути як позитивна (мутаційна), так негативна (інмутаційна), а іноді абмутаційна реакція, коли може фіксуватися відсутність будь-яких змін у колективній поведінці аудиторії.</p>
Підсумок	100	0	

Звернімо увагу на те, що тлумачення терміна «інституалізація» різне в різних наукових школах і течіях. Разом із тим зустрічаємо визначення терміна «інституалізація» із досить близьким трактуванням. До таких визначень віднесемо, наприклад, дефініцію представників української (київської) соціологічної школи, які вважають, що інституалізацією є «процес організації та регулювання суспільного життя, благоустрою, формалізації та стандартизації суспільних відносин» (Поняття й ознаки соціального інституту, 2003). Автори статті про інституалізацію в енциклопедії «Britannica» також убачають у такому процесі «регулювання суспільної поведінки (тобто поведінки над індивідами) всередині організацій або цілих суспільств» (Institutionalization, 2021). Оскільки новий прошарок знань у межах соціальних комунікацій передбачає певний ступінь соціального регулювання в суспільстві, у подальшому дослідженні будемо послуговуватися саме останнім визначенням терміна «інституалізація».

Урахуємо також те, що як будь-який процес інституалізація складається з певних етапів. У межах американської соціологічної школи Корнельського університету дослідники називають чотири етапи інституалізації, а саме: інновацію, призвичаєння, об'єктивізацію й седиментацію (Tolbert & Zucker, 2003). Автори енциклопедії «Britannica» пропонують розрізняти «щонайменше три дії: (1) вироблення правил або розстрочка, (2) адаптація правил або розробка найкращих практик, і (3) зміна правил або заміна старих правил новими» (Institutionalization, 2021). За своєю суттю обидві класифікації відбивають, на нашу думку, близькі специфічні риси, якими характеризуються відрізки, етапи, періоди процесу інституалізації. У подальшому дослідженні ми будемо послуговуватися положенням про трьохетапну структуру процесу інституалізації.

Нам необхідно застосувати згадане положення про етапність інституалізації, оскільки із цим пов'язаний процес її (інституалізації) появи, адаптації до нього (процесу) і заміна старих уявлень про журналістику на нову систему квантової журналістики. Тепер ми можемо перейти до визначення терміна «методологічна інституалізація», який, на наш погляд, можна тлумачити як процес регулювання складників соціального інституту завдяки конкретній методології (системі методів), законам і принципам, поняттям і категоріям, що пояснюють основи функціонування, дослідження й вивчення соціально значимих процесів.

Відштовхуючись від запропонованого визначення, можемо сформулювати дефініцію *методологічної інституалізації квантової журналістики*, яка полягає в декларації журналістики як фактору соціального регулювання й соціального інжинірингу, що здійснюються за допомогою системи принципів і категорій, запропонованих копенгагенською інтерпретацією квантової теорії. Нагадаємо, що поняття «копенгагенська інтерпретація квантової теорії» містить перелік тих понять і термінів, які ми уточнювали на початку дослідження, а саме:

1) принцип невизначеності В. Гейзенберга: «неможливо визначити значення всіх властивостей системи одночасно» (Копенгагенська інтерпретація, 2020);

2) принцип доповнюваності Н. Бора: «експериментально проявляється лише одна з дуальних властивостей квантової системи, а не обидві відразу» (Копенгагенська інтерпретація, 2020);

3) поняття «суперпозиції»: «квантова система може перебувати в стані, у якому вимірювання фізичної характеристики може давати різні результати, а хвильова функція лише визначає ймовірність того чи іншого результату» (Копенгагенська інтерпретація, 2020);

4) поняття «спостерігач»: «квантова система може бути повністю описана певним вектором стану, який визначає всі доступні спостерігачу знання про неї» (Копенгагенська інтерпретація, 2020);

5) корпускулярно-хвильовий дуалізм Луї де Бройля: «квантова система одночасно проявляє властивості, характерні для частинок і хвиль» (Копенгагенська інтерпретація, 2020);

6) когерентність вимірювання: під час вимірювання квантова система взаємодіє із класичним приладом; «під час вимірювання когерентність («властивість хвилі зберігати свої частотні, поляризаційні й фазові характеристики» (Когерентність, 2021)) квантового стану руйнується» (Копенгагенська інтерпретація, 2020);

7) принцип відповідності: «зі збільшенням розмірів квантової системи її властивості переходять у класичні» (Копенгагенська інтерпретація, 2020);

8) опис квантової системи має ймовірнісний характер: «імовірність події задається квадратом норми вектору стану» (Копенгагенська інтерпретація, 2020) (вектор стану нами розглядається як «сукупність характеристик, що однозначно визначають стан квантової системи» (Вектор стану, 2021).

Звертаючи увагу на тлумачення понять і термінів квантової теорії, тепер ми маємо можливість сформулювати **основні принципи методологічної інституалізації квантової журналістики**.

1. Під час вивчення теоретичних основ квантової журналістики необхідно послуговуватися потенціалом квантової теорії (переважно її копенгагенської інтерпретації).

2. Дослідження практичної діяльності в межах квантової журналістики необхідно здійснювати, спираючись на положення про те, що тенденції, які зафіксовано в царині мікросвіту, мають свої трансформації в макросвіті.

3. Теоретичне й практичне дослідження в межах квантової журналістики не можуть здійснюватися за допомогою лише матеріалістичного, ідеалістичного чи дуалістичного методологічного потенціалу. Валідною повинна бути методологія, що спирається на праксеологічний (практичний) характер здобутих верифікованих дослідницьких результатів.

4. Зазначена в п. 3 методологія не може обмежуватися лише гіпотетичними законами, принципами й аксіоматичними положеннями квантової теорії, оскільки головною спрямованістю квантової журналістики є активність людини в межах соціальних і духовних практик.

5. Квантову журналістику слід вважати соціальним інститутом.

6. Відповідно до п. 5 методологію квантової журналістики слід вважати інституалізованою, або такою, що пройшла етап інституалізації.



7. Оскільки сьогодні в науковому обігові відсутній термін, що позначав би соціальний інститут під назвою «квантова журналістика», відсутній понятійно-категорійний апарат, пов'язаний із тлумаченням основних термінів, положень, принципів і методів квантової журналістики, пропонуємо ввести в науковий обіг термін «квантова журналістика».

8. Оскільки міжнародною мовою науки є латина, пропонуємо такий переклад нового терміна «квантова журналістика» – quantum journalism.

9. Для спрощеного написання латиною запропонованого терміна «quantum journalism» пропонуємо створити складне слово «**qjournal**», яке є літерно-морфемною аббревіатурою, що утворилася шляхом від'єднання першої літери **q** від слова «**quantum**» і додавання до неї кореневої морфеми «**journal-**» від слова «journalism». Для спрощеного написання нового терміна пропонуємо вживати його скорочену форму «**qjour**», вимова якого латинською буде звучати як [k'udzour]. Оскільки від нового терміна «qjour» можливе утворення звуко-буквеної (звуко-літерної) аббревіатури, пропонуємо ще один варіант його написання – **QJ** із вимовою [k'udzei]. Українською мовою запис новотвору буде мати такий вигляд – «кюжур» [k'udzour], або «кюджей» (із подальшим записом без лапок).

10. Кюджей є теоретико-практичною формою суспільної діяльності фахівців із соціальних комунікацій.

11. Кюджей спирається на ідеї, що гіпотетично сформульовані в математиці й квантовій механіці.

12. У квантовій журналістиці *одиноцею аналізу* (а також одиноцею вимірювання) не є сам текст (світлина, відео-, аудіоматеріал; гіпертекст) або його підготовка до сприйняття, не спосіб подавання (трансляція) або якість впливу змісту журналістського продукту на аудиторію, а є *синергетично-конвергентна й крос-трансмедійна* (у розумінні, яке пропонує О. Хворостина (Хворостина, 2016-1; Хворостина, 2016-2) *єдність, елементи якої поодиноці (ізолювано) не можуть презентувати сукупну дію, з одного боку, і які поодиноці не репрезентують характеристик згаданої сукупності, з іншого боку.*

## Висновки

На початку дослідження нами була висунута гіпотеза про те, що квантова журналістика має основні принципи методологічної інституалізації. Запропонована гіпотеза була підтверджена.

Дійсно, до основних принципів методологічної інституалізації квантової журналістики слід віднести ті, що перераховано в п.п. 1–12.

## Перспективи подальшого дослідження

Вважаємо доцільним зосередитися в майбутніх дослідженнях на таких проблемах:

1) пошук та ідентифікація валідних методів та методик вивчення процесів, що фіксуються у квантовій журналістиці;

2) визначення кількісних маркерів вимірювання ступенів фіксації й рівнів активності суб'єктів й об'єктів соціальних і духовних процесів, ідентифікованих у межах квантової журналістики;

3) пошук, ідентифікація й класифікація методик вимірювання ступенів фіксації й рівнів активності суб'єктів й об'єктів соціальних і духовних процесів, ідентифікованих у межах квантової журналістики;

4) визначення принципів і критеріїв здійснення повномасштабної багаторазової верифікації валідності залучених методів та методик дослідження процесів квантової журналістики.

## Література

- Вакарчук, І.О. (2012). *Квантова механіка*. Львів. 872.
- Валідність. Енциклопедія сучасної України (2021). Дата звернення 15.01.2021 [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=32984](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=32984)
- Вектор стану Дата звернення 17.01.2021 [https://uk.wikipedia.org/wiki/Вектор\\_стану](https://uk.wikipedia.org/wiki/Вектор_стану)
- Гейзенберг, В., Шрёдингер, Э., Дирак, П.А.М. (1934). *Три нобелевских доклада*. Москва – Ленинград. 11–35.
- Гейзенберг, В. Физика и философия. Часть и целое. Москва, 1989. 400 с. ISBN 5-02-012452-9.
- Давидов, О.С. (2012). *Квантова механіка*. Київ. 706.
- Квант (2020). Дата звернення 29.12.2020 <https://ru.wikipedia.org/Квант>
- Квантова механіка (2020). Дата звернення 30.12.2020 [https://uk.wikipedia.org/wiki/Квантова\\_механіка](https://uk.wikipedia.org/wiki/Квантова_механіка)
- Клапків, Ю.М. (2015). Концептуалізації поняття інститут та інституалізація для ринку фінансових послуг. *Вісник Асоціації докторів філософії України*. 01. Дата звернення 26.12.2020 <http://aphd.ua/publication-32/>
- Когерентність. Дата звернення 29.12.2020: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Когерентність>
- Копенгагенська інтерпретація (2021). Дата звернення 26.01.2021 [https://uk.wikipedia.org/wiki/Копенгагенська\\_інтерпретація](https://uk.wikipedia.org/wiki/Копенгагенська_інтерпретація)
- Кравченко, О. (2002). Доповняльності концепція. *Філософський енциклопедичний словник*. В.І. Шинкарук (гол. редкол.). Київ. 742 с. ISBN 966-531-128-X.
- Крутов, В.В. (2014). *Возвращение к себе. Основы развития сознания и управления мышлением*. Киев. 400.
- Крутов, В.В. (2019). Психолінгвістический потенциал нейрогенеза (обоснование применения психолінгвістических методик для самосовершенствования механизмов Сознания человека с использованием идеи нейрогенеза). *Психолінгвістика*. Вип. 25(1), 165–193. doi.org/10.31470/2309-1797-2019-25-1-165-193.
- Крутов, В.В. (2020-1). Соціально-комунікаційні практики по протидію психическим травмам в парадигме «Сознание – Информация – Энергия – Материя». *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Том 10 (січень – червень). 139–155.
- Крутов, В.В. (2020-2). Особенности квантовой модели взаимоотношения сознания и материи в работах Р. Пенроуза и С. Хамероффа. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Том 11 (липень – грудень). 11–25. DOI: 10.51423/2524-0471-2020-11-2-1.
- Ландау, Л.Д., Лифшиц, Е.М. (2004). *Квантовая механика (нерелятивистская теория)*. Москва, 2004. 800. ISBN 5-9221-0530-2.
- Ландау, Л.Д., Лифшиц Е.М. (2008). *Теоретическая физика*. Москва, 2008. Т. 3. 800.
- Научное знание. Проблема (2020). Дата звернення 26.12.2020 [https://ru.wikipedia.org/wiki/Научное\\_знание](https://ru.wikipedia.org/wiki/Научное_знание)
- Поняття й ознаки соціального інституту. Механізми здійснення інституціоналізації (2003). Соціологія. За ред. Н.П. Осипової. Київ. 67.
- Принцип доповнюваності (2021). Дата звернення 07.01.2021 [https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип\\_доповнюваності](https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип_доповнюваності)
- Принцип суперпозиції (квантова механіка) (2021). Дата звернення 07.01.2021 [https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип\\_суперпозиції\\_квантова\\_механіка](https://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип_суперпозиції_квантова_механіка)
- Хворостина, О.В. (2016-1). Трансмедіація контенту українських новинних ресурсів. *Humanities and Social Sciences*. IV (13), Issue 82. 50–53.
- Хворостина, О.В. (2016-2). Явище трансмедіації контенту мережевих видань. *Наукові записки Інституту журналістики*, Т. 62. 33–41.
- Холод, О.М. (2012). Інмутаційні, абмутаційні та мутаційні процеси сучасного суспільства в межах метатеорії маніпуляції. *Світ соціальних комунікацій*. Київ, Т. 8. 7–10.

- Холод, О.М. (2020-1). Метод квантового хроноса в исследованиях отдалённой коммуникации (или анализ процессов дистанцированной коммуникации в пределах пространственно-временного континуума). *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Том 10 (січень – червень). 32–67.
- Холод, О.М. (2020-2). Передовицы советских газет 1941 года как семиотико-цветовой спектр с точки зрения квантовой теории (или Применение метода квантового хроноса в идентификации семиотических и колористических маркеров текстов газеты «Московский большевик» за 1941 год при их восприятии современными украинскими читателями 2020 года). *Соціальні комунікації: теорія і практика*. Том 11 (липень – грудень). 98–141. DOI: 10.51423/2524-0471-2020-11-2-8.
- Эффект наблюдателя (2021). Дата звернення 09.01.2021  
[https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект\\_наблюдателя](https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект_наблюдателя)
- Institutionalization (2021). Britannica. Дата звернення 17.01.2021  
<https://www.britannica.com/topic/institutionalization>
- Schrödinger, E. (1935). Die gegenwärtige Situation in der Quantenmechanik. *Naturwissenschaften*. Т. 23. 807–812.
- Tolbert, P. S. & Zucker, L. G. (1996). The institutionalization of institutional theory [Electronic version]. In S. Clegg, C. Hardy and W. Nord (Eds.), *Handbook of organization studies*. London: SAGE. 175–190.

## Reference

- Vakarchuk, I.O. (2012). *Kvantova mekhanika [Quantum mechanics]*. Lviv. 872 [in Ukrainian].
- Validnist. Entsyklopediia suchasnoi Ukrainy [Encyclopedia of Modern Ukraine] (2021). Data zvernennia 15.01.2021 [http://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=32984](http://esu.com.ua/search_articles.php?id=32984) [in Ukrainian].
- Vektor stanu [State vector] (2021). Data zvernennia 17.01.2021:  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Vektor\\_stanu](https://uk.wikipedia.org/wiki/Vektor_stanu) [in Ukrainian].
- Heizenberh, V., Shredynher, E., Dyrak, P. A. M. (1934). Try nobelevskykh doklada [Three Nobel Prizes]. Moscow – Lenynhrad. 11–35 [in Russian].
- Heizenberh, V. *Fyzyka y fylosofyia. Chast y tseloe [Physics and Philosophy. Part and whole]*. Moscow, 1989. 400 s. ISBN 5-02-012452-9 [in Russian].
- Davydov, O.S. (2012). *Kvantova mekhanika [Quantum mechanics]*. Kyiv. 706 [in Ukrainian].
- Kvant [Quant] (2020). Data zvernennia 29.12.2020 <https://ru.wikipedia.org/Kvant> [in Russian].
- Kvantova mekhanika [Quantum mechanics] (2020). Data zvernennia 30.12.2020  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Kvantova\\_mekhanika](https://uk.wikipedia.org/wiki/Kvantova_mekhanika) [in Ukrainian].
- Klapkiv, Yu.M. (2015). Kontseptualizatsii poniattia instytut ta instytualizatsiia dlia rynku finansovykh posluh [Conceptualization of the concept of institution and institutionalization for the financial services market]. *Visnyk Asotsiatsii doktoriv filosofii Ukrainy [Bulletin of the Association of Doctors of Ukraine]*. 01. Data zvernennia 26.12.2020  
<http://aphd.ua/publication-32/> [in Ukrainian].
- Koherentnist [Coherence] (2020). Data zvernennia 29.12.2020:  
<https://uk.wikipedia.org/wiki/Koherentnist> [in Ukrainian].
- Kopenhahenska interpretatsiia [Copenhagen interpretation] (2021). Data zvernennia 26.01.2021  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Kopenhahenska\\_interpretatsiia](https://uk.wikipedia.org/wiki/Kopenhahenska_interpretatsiia) [in Ukrainian].
- Kravchenko, O. (2002). Dopovnialnosti kontseptsiiia [Complementarity concept]. *Filosofskiy entsyklopedychnyi slovnyk [Philosophical Encyclopedic Dictionary]*. V. I. Shynkaruk (hol. redkol.). Kyiv. 742 s. ISBN 966-531-128-X [in Ukrainian].
- Krutov, V.V. (2014). *Vozvrashchenye k sebe. Osnovy razvytyia soznanyia y upravleniia myshlenyem [Return to yourself. Fundamentals of Consciousness Development and Thinking Control]*. Kyev. 400 [in Russian].

- Krutov, V.V. (2019). *Psykholynhvystycheskyi potentsyal neuroheneza (obosnovanye prymerenyia psykholynhvystycheskykh metodyk dlia samosovershenstvovanyia mekhanyzmov Soznanyia cheloveka s yspolzovanyem ydey neuroheneza)* [Psycholinguistic potential of neurogenesis (substantiation of the application of techniques for self-improvement of the mechanisms of Human Consciousness using the ideas of neurogenesis)]. *Psykholinhvistyka [Psycholinguistics]*. Vyp. 25(1), 165–193. doi.org/10.31470/2309-1797-2019-25-1-165-193 [in Russian].
- Krutov, V.V. (2020-1). *Sotsyalno-kommunikatsionnye praktyky po protyvodeistviyu psykhicheskym travmam v paradyhme «Soznanye – Ynformatsyia – Enerhiia – Materyia»* [Social and communication practices to counteract mental trauma in the paradigm «Consciousness – Information – Energy – Matter»]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka [Social Communications: Theory and Practice]*. Tom 10 (sichen – cherven). 139–155.
- Krutov, V.V. (2020-2). *Osobennosti kvantovoi modeli vzaymootnosheniia soznanyia y materyy v rabotakh R. Penrouza y S. Khameroffa* [Features of the quantum model of the relationship between consciousness and matter in the works of R. Penrose and S. Hameroff]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka [Social Communications: Theory and Practice]*. Tom 11 (lypen – hruden). 11–25. DOI: 10.51423/2524-0471-2020-11-2-1 [in Russian].
- Landau, L.D., Lyfshyts, E.M. (2004). *Kvantovaia mekhanyka (nereliatyvystskaia teoriia)* [Quantum mechanics (non-relativistic theory)]. Moscow, 2004. 800. ISBN 5-9221-0530-2 [in Russian].
- Landau, L.D., Lyfshyts E.M. (2008). *Teoretycheskaia fizyka [Theoretical physics]*. Moscow, 2008. T. 3. 800 [in Russian].
- Nauchnoe znanye. Problema [Scientific knowledge. Problem] (2020). Data zvernennia 26.12.2020 [https://ru.wikipedia.org/wiki/Nauchnoe\\_znanye](https://ru.wikipedia.org/wiki/Nauchnoe_znanye) [in Russian].
- Poniattia y oznaky sotsialnoho instytutu. Mekhanizmy zdiisnenniia instytutsionalizatsii [The concept and characteristics of a social institution. Mechanisms of institutionalization] (2003). *Sotsiologiia [Sociology]*. Kyiv. 67 [in Ukrainian].
- Pryntsyp\_dopovniuvanosti [Principle\_of\_complementarity] (2021). Data zvernennia 07.01.2021 [https://uk.wikipedia.org/wiki/Pryntsyp\\_dopovniuvanosti](https://uk.wikipedia.org/wiki/Pryntsyp_dopovniuvanosti) [in Ukrainian].
- Pryntsyp\_superpozytsii (kvantova mekhanika) [Superposition principle (quantum mechanics)]. (2021). Data zvernennia 07.01.2021 [https://uk.wikipedia.org/wiki/Pryntsyp\\_superpozytsii\\_kvantova\\_mekhanika](https://uk.wikipedia.org/wiki/Pryntsyp_superpozytsii_kvantova_mekhanika) [in Ukrainian].
- Khvorostyna, O.V. (2016-1). *Transmediatsiia kontentu ukrainskykh novynnykh resursiv* [Transmediation of content of Ukrainian news resources]. *Humanities and Social Sciences*. IV (13), Issue 82. 50–53 [in Ukrainian].
- Khvorostyna, O.V. (2016-2). *Yavysheche transmediatsii kontentu merezhevykh vydan* [The phenomenon of content transmission of online publications]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky [Scientific notes of the Institute of Journalism]*, T. 62. 33–41 [in Ukrainian].
- Kholod, O.M. (2012). *Inmutatsiini, abmutatsiini ta mutatsiini protsesy suchasnoho suspilstva v mezhakh metateorii manipuliatsii* [Immutation, mutation and mutation processes of modern society within the metatheory of manipulation.]. *Svit sotsialnykh komunikatsii [The world of social communications]*. Kyiv, T. 8. 7–10 [in Ukrainian].
- Kholod, O.M. (2020-1). *Metod kvantovoho khronosa v yssledovaniakh otdalonoii komunikatsyy (yly analiz protsesov dystantsyrovannoii komunikatsyy v predelakh prostranstvenno-vremennoho kontynuuma)* [The method of quantum chronos in studies of distant communication (or analysis of the processes of distant communication within the space-time continuum)]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka [Social Communications: Theory and Practice]*. Tom 10 (sichen – cherven). 32–67 [in Russian].
- Kholod, O.M. (2020-2). *Peredovytsy sovsytskykh hazet 1941 hoda kak semyotyko-tsvetovoi spektr s tochky zrenyia kvantovoi teoryy (yly Prymerenyie metoda kvantovoho khronosa v ydentyfikatsyy semyotycheskykh y kolorystycheskykh markerov tekstov hazety*

- «Moskovskiy bolshevik» za 1941 hod pry ykh vospriyatyy sovremennymy ukraïnskymy chytateliamy 2020 hoda) [Editorials of Soviet newspapers in 1941 as a semiotic-color spectrum from the point of view of quantum theory (or Application of the quantum chronos method in identifying semiotic and coloristic markers of the texts of the Moscow Bolshevik newspaper for 1941 as perceived by modern Ukrainian readers in 2020)]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka* [Social Communications: Theory and Practice]. Tom 11 (lypen – hruden). 98–141. DOI: 10.51423/2524-0471-2020-11-2-8 [in Russian].
- Effekt nabliudatelia [Observer effect]. (2021). Data zvernennia 09.01.2021 [https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект\\_nabliudatelia](https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект_nabliudatelia) [in Russian].
- Institutionalization (2021). Britannica. Data zvernennia 17.01.2021 <https://www.britannica.com/topic/institutionalization>
- Schrödinger, E. (1935). Die gegenwärtige Situation in der Quantenmechanik [The current situation in quantum mechanics]. *Naturwissenschaften* [Natural sciences]. T. 23. 807–812.
- Tolbert, P. S. & Zucker, L. G. (1996). *The institutionalization of institutional theory* [Electronic version]. In S. Clegg, C. Hardy and W. Nord (Eds.), *Handbook of organization studies*. London: SAGE. 175–190.

## **КВАНТОВА ЖУРНАЛІСТИКА: ПРИНЦИПИ МЕТОДОЛОГІЧНОЇ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ**

**Олександр Холод,**

доктор філологічних наук, завідувач кафедри журналістики  
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

### **Анотація**

У дослідженні ми поставили за **мету** сформулювати основні принципи методологічної інституалізації квантової журналістики (лат. – «quantum journalism», скорочено – QJ із вимовою [k'udzei]; українською мовою – «кюджей»).

**Методологія.** У групі загальних методів був обраний метод моністичного ідеалізму, який передбачає первинність духу. У руслі моністичного ідеалізму спираємося на концепцію квантової безмежності. Серед емпіричних методів послуговувалися аксіоматичним методом і гіпотетико-дедуктивним методом. Перший, аксіоматичний метод, дозволив висувати положення, що не вимагали доведення. На їхній базі виведено тези, що утворили аксіоматичну теорію про функціонування квантової журналістики. Гіпотетико-дедуктивний метод став основою для висування гіпотези й подальшого доведення її правильності шляхом дедукції.

**Висновки.** За результатами дослідження були сформульовані основні принципи методологічної інституалізації квантової журналістики. Під час вивчення теоретичних основ квантової журналістики необхідно послуговуватися потенціалом квантової теорії (переважно її копенгагенської інтерпретації). Дослідження практичної діяльності в межах квантової журналістики необхідно здійснювати, спираючись на положення про те, що тенденції, які зафіксовано в царині мікросвіту, мають свої трансформації в макросвіті. Квантову журналістику слід вважати соціальним інститутом, яка є теоретико-практичною формою суспільної діяльності фахівців із соціальних комунікацій і спирається на ідеї, що гіпотетично сформульовані в математиці й квантовій механіці. У квантовій журналістиці одиницею аналізу (а також одиницею вимірювання) є синергетично-конвергентна й крос-трансмедійна єдність, елементи якої поодиночі (ізолювано) не можуть презентувати сукупну дію, з одного боку, і які поодиночі не репрезентують характеристик згаданої сукупності, з іншого боку.

**Ключові слова:** квантова журналістика, методологічна інституалізація, квантова механіка, інституалізація.

*Submitted to the editor – 12.02.2021*

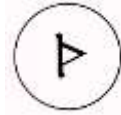
*Reviewed – 06.04.2021*

*Accepted for printing – 01.07.2021*

*Подано до редакції – 12.02.2021*

*Рецензовано – 06.04.2021*

*Прийнято до друку – 01.07.2021*

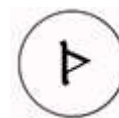


## THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM



## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

### FACTOR OF INFLUENCE IN NORMATIVE THEORIES OF JOURNALISM



**Zinovii Partyko,**  
Doctor of Philology, Professor,  
E-mail: [partyko@ukr.net](mailto:partyko@ukr.net),  
<https://orcid.org/0000-0002-2315-5887>  
Zhytomyr Ivan Franko State University,  
Department of Journalism,  
Velyka Berdychivska st., 40, Zhytomyr,  
Ukraine, 10002.

*Citation:*  
**Partyko, Z.** (2021). Factor of Influence in Normative Theories of Journalism. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-5 Retrieved from <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Partyko, Z., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

#### Annotation

The purpose of the article is to determine whether the information of any media messages received by recipients may not affect them.

Research methods: a) modeling (to reproduce the information processing of messages by recipients); b) logical method (to prove the thesis); c) comparison (to compare the obtained result with the literature data).

Results of the research. Modern so-called normative theories of journalism (authoritarian, libertarian, social responsibility, Soviet totalitarian) assume that journalists, news agencies and the media should only "inform", but in no way influence the recipients. In this regard, there are such types of influence as energy, information and psychological. Then, based on the basic tenets of cybernetics, physics, information theory, mathematical statistics and psychology, the method of logical proof concludes that any messages perceived by recipients have all three types of influence on them, which can not be avoided.

Conclusions. 1. Any information perceived by recipients affects them energetically, informationally and psychologically. 2. In modern so-called normative theories of journalism, the provision that information providers (journalists, news agencies, mass media) are obliged only to "inform" recipients, without exerting any influence on them, should be considered erroneous. Therefore, in this segment, the relevant provisions of these theories of journalism require proper correction. 3. Instead, in theories of journalism, and more broadly - the media, it is correct to say that the impact of messages depends on the type of communication, growing in the direction from journalism to public relations, advertising, propaganda and information wars.

Keywords: theory of journalism, information, message, influence, recipients

## ФАКТОР ВПЛИВУ В НОРМАТИВНИХ ТЕОРІЯХ ЖУРНАЛІСТИКИ

**Зіновій Партико,**

доктор філологічних наук,  
професор кафедри журналістики

Житомирського державного університету ім. І. Франка,  
(м. Житомир, Україна).

### Вступ

У демократичних суспільствах використовують теорії журналістики, відповідно до яких журналіст повинен лише “інформувати” реципієнтів масової інформації (громадян держави), при цьому не впливаючи на них (Бойд, 2007: 224; Вайшенберг, 2004: 45). Кажучи іншими словами, ці теорії передбачають, що існує інформація, яку реципієнти отримують, але яка на них не впливає<sup>2</sup>.

У вищезгаданих публікаціях (Бойд, 2007: 220; Вайшенберг, 2004: 48) їх автори указують, що на практиці під час отримання реципієнтами мас-медійних повідомлень, а також за даними інших дослідників, повністю уникнути такого впливу вкрай важко або неможливо. Це означає, що будь-яка інформація, отримана і сприйнята реципієнтами, на них впливає. Крім того, у деяких роботах це положення (із позиції теорії керування як однонаправленого надходження сигналів від керуючої до керованої підсистеми, байдуже людини чи технічного пристрою) постулюється як один із базових законів теорії інформації — інформології (Partyko, 2009; Партико, 2008: 50).

Зі сказаного постає *проблема* цієї статті: чи можна не впливати на реципієнтів, надсилаючи їм повідомлення, хай навіть такі, що повідомляють лише факти, тобто здійснюють, кажучи словами цих теорій, лише „інформування”, коли жодні відомі методи впливу при цьому не використовують?

Виходячи з поставленої проблеми, *об’єктом* статті будуть сучасні західні теорії журналістики, а *предметом* — фактор впливу, який передбачають ці теорії.

Відповідно до заявленої проблеми *метою* статті буде з’ясування того, чи існують такі повідомлення, які реципієнти отримали, але які на них не впливають. Кажучи іншими словами, нам треба буде довести таку тезу: *інформації, яка є в повідомленні, сприйнята реципієнтом і не вплинула на нього, не існує*. Якщо ця теза буде доведена, то за правилами логіки це означає, що *будь-яка інформація, що наявна в повідомленні і сприйнята реципієнтом, на нього впливає*.

Для досягнення вказаної мети нам доведеться виконати такі *завдання*:

- підібрати методи дослідження;
- провести аналіз сучасних теорій журналістики з точки зору того, як і наскільки вони допускають можливість впливу інформації на реципієнтів;
- провести аналіз базових положень теорії впливу;
- дібрати теоретичні й емпіричні аргументи, які дадуть змогу підтвердити істинність сформульованого в меті твердження;
- зробити висновок щодо можливості “інформування” при нульовій величині впливу.

### Методи й методика дослідження

У нашій роботі буде використано такі *методи* дослідження:

<sup>2</sup> Походження цього положення приписують В. Шрамму та його колегам, які серед функцій мас-медіа виокремлюють інформування, навчання, створення психологічного комфорту для аудиторії та пропаганди. Із цього переліку випливає, що перші три функції впливу (пропаганди) не реалізують, а, отже, реципієнтів лише “інформують”.



- моделювання (для відтворення процесу опрацювання інформації повідомлень реципієнтами й керованими підсистемами — технічними пристроями);
- логічний метод (для доведення тези);
- порівняння (для зіставлення отриманого результату з даними наукової літератури).

### Результати й обговорення

Вплив повідомлень на реципієнтів у різних теоріях журналістики. Перейдімо до розгляду трактування впливу в різних теоріях журналістики (Influence, p. d.).

1956 року американський дослідник В. Шрамм і його колеги запропонували кілька так званих нормативних теорій журналістики, а саме: авторитарну, лібертарну, соціальної відповідальності та радянську (комуністичну) (Encyclopedia, 2002: 229–236; Бакулев, 2005; Михайлин, 2013: 271–277). Пізніше ці чотири теорії були доповнені ще двома – теоріями розвитку й демократичної участі (Бакулев, 2005; Михайлин, 2013).

Указані теорії апріорно допускають різну величину впливу мас-медіа на реципієнтів. Так, аналіз цих теорій засвідчує, що з позиції величини впливу найбільше впливають авторитарна ( $A_1$ ) і радянська ( $A_2$ ) теорії. Тут маємо на увазі те, що величина цього впливу закладена, так би мовити, у самій “аксіоматиці” цих теорій, оскільки вони передбачають, зокрема, наявність цензури, що, як відомо, є явним механізмом впливу на реципієнтів.

До теорій, що забезпечують менший ніж дві попередні вплив, належать теорії розвитку ( $A_3$ ), а також демократичної участі ( $A_4$ ), які явно допускають наявність елементів пропаганди. Це пояснюється тим, що перша з них мусить передбачати, наприклад, пропаганду патріотизму, оскільки без нього неможлива побудова міцної, національної держави, а друга з метою уникнення сепаратизму, який може призвести до розпаду держави, мусить передбачати пропаганду рівності національних меншин із корінними національностями.

Менший вплив ( $A_5$ ) на реципієнтів здійснює лібертарна теорія, оскільки в ній відсутня цензура, а натомість за порушення певних норм передбачається відповідальність, яку визначає суд. Це означає, що така теорія журналістики дозволяє оприлюднювати повідомлення, які пропагують аргументи як за, так і проти будь-якого рішення. Отже, ці аргументи бодай частково нівелюють одні одних. Як наслідок, вплив такої “нівельованої” інформації буде меншим, ніж у попередніх чотирьох теоріях.

Мінімальний, найменший вплив можна прогнозувати в теорії соціальної відповідальності ( $A_6$ ), оскільки ця теорія передбачає, що повідомлення мас-медіа повинні підпорядковуватися певним стандартам журналістики. Ці стандарти, зокрема, передбачають, що медіа повинні лише “інформувати” громадян про події (наприклад, факти), а займатися будь-яким впливом на аудиторію чи пропагандою їм заборонено<sup>3</sup>. Винятки щодо величини впливу передбачені лише для повідомлень певних жанрів (це жанри, як-от: “Я так думаю...”, “Моя точка зору...”, “Особиста точка зору...”), тобто таких, щодо яких реципієнти заздалегідь знають, що в цих жанрах можуть бути використані засоби впливу, а тому самостійно, без особливих труднощів можуть нейтралізувати цей вплив.

З урахування сказаного величину впливів у зазначених теоріях журналістики умовно можна зафіксувати в такому співвідношенні, як

$$A_1 \geq A_2 \geq A_3 \geq A_4 \geq A_5 \geq A_6 .$$

Якщо повернутися тепер до мети дослідження, то це означає, що треба довести хибність твердження

$$A_1 \geq A_2 \geq A_3 \geq A_4 \geq A_5 \geq A_6 \geq 0.$$

або істинність твердження

$$A_1 \geq A_2 \geq A_3 \geq A_4 \geq A_5 \geq A_6 > 0.$$

<sup>3</sup> Що стосується реклами, то на неї розповсюджується інше законодавство, а тому вона не підпадає під цю теорію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій у ділянці теорії впливу. Серед базових теоретичних положень, на яких ґрунтується наше дослідження, будуть два положення (закони).

Перше з них полягає в тому, що передача інформації супроводжується одночасною передачею енергії, без чого передача інформації є не можливою. Як встановлено вченими-фізиками, теоретично для отримання одного біта інформації потрібно витратити  $0,693 \text{ кТ Дж}$  енергії (тут  $k$  — стала Планка, а  $T$  — температура за Кельвіном) (Пирс, 1967: 225). На практиці ж такі витрати є непорівняно більшими.

Друге положення, встановлене К. Шенноном, полягає в тому, що кількість інформації в повідомленні певним чином залежить від імовірності ( $p$ ) появи сигналів у цьому повідомленні за принципом: що найімовірнішою є поява сигналу, то більше інформації він несе (Пирс, 1967: 100–105). Зі сказаного випливає наслідок: якщо ймовірність появи сигналу рівна одиниці (чи наближається до неї), то такий сигнал інформації не несе або практично не несе (якщо й несе, то настільки малу, що нею можна знехтувати). Тому, відповідно, такі сигнали не можуть і впливати на реципієнтів, оскільки інформації практично не несуть.

Щодо поняття впливу, то в літературі із психології та журналістикознавства (Брайант & Томпсон, 2004; Дуткевич, 2016: 249; Чалдині, 2015) під впливом мають на увазі: 1) дію суб'єкта, що спрямована на партнера (об'єкт<sup>4</sup>) і має на меті змінити його базу знань (дані, алгоритми), емоції, почуття, поведінку; 2) величину змін у базі знань, емоціях, почуттях, поведінці партнера (об'єкта), що виникли внаслідок дій суб'єкта.

Серед різновидів впливу виокремлюють фізичний (механічний, енергетичний, хімічний), біологічний (фізіологічний) та нефізичний (інформаційний, психологічний). У журналістикознавстві серед цих видів впливу розглядають лише інформаційний та психологічний. Інші види впливу до об'єктів дослідження в журналістикознавстві, як правило, не відносять, хоча насправді розгляд енергетичного впливу є обов'язковим, оскільки опрацювання інформації без витрат енергії є не можливим (протилежна точка зору є антинауковою). Тому далі в рамках журналістикознавства ми розглядатимемо енергетичний вплив — поряд з інформаційним та психологічним — як такий, якого неможливо уникнути.

Енергетичний вплив під час опрацювання реципієнтами повідомлень реалізується під час виконання трьох операцій: 1) у момент сприйняття інформації аналізаторами людини; 2) під час її опрацювання в мозку; 3) під час її збереження в пам'яті, у мозку (якщо виявлена потреба в її збереженні), оскільки на виконання кожної із цих операцій потрібна певна кількість енергії.

Інформаційний вплив змінює в базі знань дані й алгоритми, якщо вони є для реципієнта новими, і, як наслідок, — його поведінку, зокрема під час прийняття рішень (тих, що відбуваються в цю мить, або відкладених у часі). Інформаційний вплив може бути як достатнім для зміни існуючого типового варіанту рішення (рішення приймається моментально), так і недостатнім, оскільки може виявитися необхідним отримати з повідомлень ще додаткову інформацію (таке рішення, що може бути прийняте в майбутньому, називатимемо кумулятивним). Якщо ж отримані реципієнтом дані й алгоритми не є новими (є відомими), то вони підтверджують правильність існуючого в нього типового рішення.

На відміну від інформаційного, психологічний вплив, який чинить на реципієнта отримане ним повідомлення, модифікує його емоційний стан (емоції, почуття), а також віру<sup>5</sup> і, як наслідок, так само веде до зміни поведінки під час прийняття рішень. Такий вплив може здійснюватися як отриманими реципієнтом самими даними чи алгоритмами, так і

<sup>4</sup> У мас-медіа під суб'єктом виступає автор повідомлення, а під об'єктом — реципієнт (отримувач: читач, слухач, глядач) цього повідомлення чи їх множина, тобто навіть усі громадяни держави.

<sup>5</sup> Тут під вірою маємо на увазі апріорне (тобто без перевірки практикою) визнання реципієнтом істинності чи хибності певних тверджень, яке відтворюється в його установах.

спеціальними засобами (інструментами) впливу, наявними в повідомленні. Серед таких засобів виокремлюють навіювання (сугестію, тобто прихований вплив за допомогою спеціальних маніпуляцій) і переконання (відкритий, неприхований вплив за допомогою логічно коректних і достатніх аргументів). У мас-медіа ці засоби отримали назву методів пропаганди (для ділянки ідеології) та реклами (для ділянки продажу товарів і надання послуг).

Психологічний вплив так само, як й інформаційний, буває моментальним чи кумулятивним. Моментальний вплив відбувається тоді, коли реципієнт змінює своє рішення після отримання певного повідомлення відразу ж, а кумулятивний тоді, коли зміна емоцій або почуттів відбувається після отримання не одного, а цілої серії повідомлень, унаслідок чого й відбувається зміна варіанту типового рішення.

Зазначимо також, що й інформаційний, і психологічний<sup>6</sup> впливи реалізуються внаслідок отримання реципієнтом інформації, а отже, супроводжуються витратами енергії, пов'язаною з її опрацюванням.

Доведення. У низці праць указується, що мас-медіа є четвертою владою (це твердження приписують Ж.-Ж. Руссо, Т. Карлайлу, Т. Маколею). Приймаючи це твердження за істинне, ми зобов'язані залучити такий розділ науки, як теорія керування. Те, що в мас-медіа ми маємо справу саме із процесами керування, підтверджує й той факт, що мас-медіа генерують повідомлення (інформацію), а інформація, як відомо, з'являється лише в процесах керування.

Оскільки журналістикознавство не має власного формалізованого аксіоматичного й понятійного апарату, будемо використовувати як теоретичну базу загальноновизнані як істинні деякі положення кібернетики — науки саме про керування. До одного з них належить, зокрема, положення про будову системи керування, розроблену Н. Вінером<sup>7</sup>. Така будова передбачає, що система керування складається із двох підсистем (керуючої та керованої<sup>8</sup>), а також двох каналів зв'язку між ними: каналу прямого зв'язку (ним передаються команди<sup>9</sup>, які має виконувати керована підсистема) і каналу зворотного зв'язку<sup>10</sup> (ним керована підсистема передає керуючій інформацію про свій поточний стан). При цьому керуюча підсистема, оскільки саме вона передає команди, розглядається як незалежна, а керована — як залежна.

З урахуванням сказаного з позиції кібернетики мас-медіа й суспільство можна розглядати (моделювати) як систему керування, у якій між мас-медіа (керуючою підсистемою) і реципієнтами (керованою підсистемою) передаються сигнали, що утворюють повідомлення, які містять певну кількість (порцію) інформації. Із позиції журналістикознавства ці повідомлення бувають двох типів: а) так звані “командні” (від авторів через мас-медіа — реципієнтам) — це журналістські повідомлення найрізноманітніших жанрів; б) зворотного зв'язку — це реакції реципієнтів на журналістські повідомлення (до мас-медіа і/чи до авторів; це так звані “листи в редакцію”, дзвінки тощо).

Як бачимо, у поданих у примітках означеннях компонентів процесу керування всюди зустрічаються слова, як-от: **вплив, діяння, формування, маніпулювання**. Зрозуміло, що в цих контекстах перераховані слова виступають як синоніми, а це означає, що **вплив** (далі будемо вживати саме цей термін) є однією з невід'ємних сутностей процесу керування.

<sup>6</sup> Психологічний вплив можуть реалізувати й неінформаційними методами, наприклад, хімічними або біологічними препаратами. Проте про такий вплив тут не йтиметься.

<sup>7</sup> 1. «Система керування... – систематизований набір засобів **впливу** на підконтрольний об'єкт для досягнення цим об'єктом певної мети (виділення наше – З. П.)» (Система керування, н. д.). 2. «Технічна структура керування – пристрій або множина пристроїв для **маніпулювання** поведінкою інших пристроїв або систем (виділення і переклад наші – З. П.)» (Система управління, н. д.).

<sup>8</sup> Іноді такі підсистеми розглядають і як окремі, незалежні одна від одної системи, що не змінює суті процесу керування.

<sup>9</sup> «Керуюче діяння... – сигнал, що надходить на вхід об'єкта керування від регулятора чи іншого пристрою і **впливає** на вихідну (регульовану) величину об'єкта керування (виділення наше – З. П.)» (Глушков і др., 1973: 472).

<sup>10</sup> «Зворотний зв'язок – **діяння** результатів функціонування якоїсь системи (об'єкта) на характер цього функціонування. Основна ідея зворотного зв'язку полягає в тому, щоб використати самі відхилення системи (об'єкта) від певного стану для **формування** керуючого діяння [виділення наше. – З. П.]» (Глушков і др., 1973: 366).

Отже, виходячи із сутності процесу керування (мас-медіа — незалежна підсистема, яка передає реципієнтам — залежній підсистемі — команди), доходимо висновку, що будь-які повідомлення, які сприйняла керована підсистема (для мас-медіа це реципієнти), впливають на реципієнтів.

Оскільки, як зазначалося на початку статті, деякі дослідники стверджують, що журналісти повинні лише „інформувати” реципієнтів, при цьому не впливаючи на них, то з цього випливає, що твердження таких авторів суперечать теорії кібернетики. Розглянемо контраргументи цих дослідників.

Критика контраргументів. Зрозуміло, що передбачити всі контраргументи, які будуть висувати сучасні та, можливо, майбутні дослідники, неможливо. Саме тому ми зупинимося не на конкретних контраргументах, а на тих положеннях, які вказують на наукову необґрунтованість заперечень щодо обов'язковості впливу енергетичного, інформаційного та психологічного. Перед тим серед постулатів теорії впливу приймемо такі:

- реципієнт зазнав енергетичного впливу, якщо сприйняв повідомлення, тобто якщо воно надійшло на його аналізатори;
- реципієнт зазнав інформаційного впливу, якщо внаслідок сприйнятого повідомлення в його базі знань (тобто в даних, алгоритмах) відбулася модифікація, яка привела до зміни прийнятого раніше рішення, зокрема й на те саме;
- реципієнт зазнав психологічного впливу, якщо відбулася зафіксована приладами чи опитуваннями зміна в емоційному стані, яка привела до зміни прийнятого раніше рішення, зокрема й на те саме.

Найперше відзначимо, що всі сприйняті повідомлення чинять на реципієнтів енергетичний вплив, оскільки кожне з них мусить пройти послідовні етапи аналізу, мисленнєвого опрацювання, а також (за потреби) запам'ятовування, адже кожен із цих процесів вимагає від реципієнтів витрат енергії. Крайнім проявом енергетичного впливу може бути припинення існування (смерть) реципієнтів через надходження надмірної кількості інформації. Оскільки для цих процесів (сприймання, опрацювання та зберігання повідомлень) людині потрібна енергія, то заперечення цього твердження, як уже зазначалося, є антинауковим.

Перейдімо тепер до інформаційного впливу. Припустімо, реципієнт отримав таке повідомлення: *1-го травня 2019 р. у Парижі відбувся марш жовтих жилетів*. При цьому загальновідомо, що підсистема керування (мас-медіа), крім цього повідомлення, має ще безліч ( $n$ ) інших повідомлень, підготовлених авторами. Тому закономірно виникає запитання: чому мас-медіа надіслали реципієнтові саме це повідомлення? Як свідчить про таку ситуацію математична статистика<sup>11</sup>, якщо вибірка є не репрезентативною (а в цьому разі вона, тобто обране одне повідомлення, саме така), то на реципієнта впливають, адже решта всіх інших  $n - 1$  повідомлень реципієнт не отримав (Бойд, 2007: 220; Вайшенберг, 2004: 22; Ла Рош, 2005: 119–120; Шнайдер & Рауе, 2014: 57, 149, 230)<sup>12</sup>. Таким чином, вплив у цій ситуації існує так само, оскільки всіх цих  $n$  повідомлень реципієнтам ніколи не повідомляють, адже редакції, як відомо, завжди здійснюють відбір повідомлень. Саме цей відбір, якого неможливо уникнути, і здійснює інформаційний вплив на реципієнтів. Отже, твердження про те, що навіть такі повідомлення, які повідомляють лише “голі” факти<sup>13</sup>, не впливають на реципієнтів, спростовується.

Звернімося тепер до психологічного впливу. Його дія, якої так само неможливо уникнути, базується на тому факті, що будь-яке повідомлення, сприйняте реципієнтом,

<sup>11</sup> Зі статистики відомо: щоб із генеральної сукупності утворити репрезентативну вибірку, усі об'єкти повинні мати однакову ймовірність потрапляння у вибірку. Якщо ж якийсь об'єкт має іншу ймовірність (у нашій ситуації таким виявилось повідомлення про виступи жовтих жилетів), то це означає, що вибірка не репрезентативна, а отже, із її допомогою намагаються вплинути на чисть прийняття рішення.

<sup>12</sup> Тут проявом впливу є нав'язування реципієнтам оцінок про важливість тих чи інших подій, які відбуваються в суспільстві (Дуткевич, 2016: 112–114, 122).

<sup>13</sup> “...Факти також мають оцінкові конотації” (Мак-Квейл, 2010: 175).

отримує емоційну оцінку, яка, відповідно, веде до певних дій чи бездіяльності. Психологи відзначають, що “вона (оцінка. – 3. II.) відбувається відразу за сприйняттям об’єкта, виступає в ролі завершальної ланки перцептивного процесу (тут і далі переклад наш. – 3. II.)” (Изард, 2003: 50). “Ці три акти, сприйняття – оцінка – емоція, настільки тісно переплетені, що наш щоденний досвід не можна назвати об’єктивним пізнанням; це завжди пізнання-приймання або пізнання-неприймання” (Arnold, 1960; цит. за: Изард, 2003: 50). Зі сказаного випливає, що уникнути такої емоційної оцінки, а значить, і впливу, людина не може ніколи, оскільки емоції виступають тими “воротами”, через які до нас потрапляє абсолютно вся інформація. Отже, будь-яке повідомлення, сприйняте реципієнтом, здійснює на нього емоційний вплив.

Інтерпретація результатів. Прикладами, які підтверджують явище впливу будь-якої інформації, є загальновідомі дані про те, що, навіть передаючи лише факти, можна маніпулювати суспільством. Так, під час Другої світової війни Велика Британія, щоб викликати довіру до своїх передач вороже налаштованого населення Німеччини, передавала по радіо поточний стан погоди в містах цієї держави.

Ще одним прикладом, який враховує вказане положення, є рішення Росії про перехід у разі потреби на “власний” інтернет, коли канали з’єднання зі світовою мережею будуть повністю заблоковані. Таке рішення свідчить про те, що “компетентні” кола Росії розуміють, що впливатимуть будь-які повідомлення, у тому числі й повідомлення про “голі” факти, а тому єдиним виходом із цієї ситуації – як вони вирішили – є повне блокування надходження сигналів із-за меж держави. Проте навіть за такої умови (тобто повного блокування світової мережі) “компетентні” кола Росії не зможуть усунути впливу на своїх реципієнтів “потенційно” небезпечних (тобто не отриманих усіма) повідомлень. Адже завжди знайдуться “народні умільці” (хакери), які зможуть обійти всі заборони й обмеження. Тому вплив таких “потенційно” небезпечних повідомлень можна лише частково відтермінувати, що намагалися робити ще в часи існування СРСР, будуючи так звані “інформаційні” кордони.

Прикладом, який демонструє врахування фактора “потенційних” повідомлень, є відсутність блокування європейськими країнами розповсюджуваних контрольованими Росією мас-медіа повідомлень, які функціонують на території ЄС. Здавалось би, єдиним виходом для країн Заходу, населення яких підпадає під інформаційний вплив Росії<sup>14</sup>, могло б стати повне блокування на своїх територіях роботи контрольованих Росією мас-медіа. Таке рішення могло б бути прийняте, якби, наприклад, було оголошено стан війни, чого наразі немає. Натомість країни Заходу як альтернативу створили спеціальні організації, які здійснюють перевірку істинності розповсюджуваних російськими мас-медіа та російськими соціальними мережами повідомлень. Це, звісно, вимагає вкладення у функціонування цих організацій значних фінансових ресурсів, які компенсують немінучі “енергетичні” затрати, але іншого виходу під час інформаційної війни немає. Адже інший вихід – це або закриття російських мас-медіа, тобто створення інформаційної “стіни”, або підпадання під “п’яту” Росії, чого європейські держави допустити не хочуть, тому й не допускають.

Щодо зв’язку між кількістю інформації та величиною її впливу на реципієнтів, то, на наш погляд, ця кількість залежить як від видів впливу, так іноді й від самих реципієнтів (їх банку знань, поточного психічного стану тощо). З урахуванням сказаного сформулюємо такі гіпотези:

- що більшу кількість інформації отримують реципієнти (керовані підсистеми), то більший енергетичний вплив на них має ця інформація;
- існує пряма кореляція між величиною інформаційного впливу та кількістю нової інформації, отриманої реципієнтами (керованими підсистемами);
- існує пряма кореляція між величиною впливу на реципієнтів та їх поточним емоційним станом й ступенем збудливості їх нервової системи.

<sup>14</sup> Маємо на увазі, наприклад, впливи від час виборів депутатів, керівників держав, укладання чи розірвання міжнародних угод тощо.

На нашу думку, термін “інформування” з певними застереженнями можна застосовувати лише щодо тих повідомлень, у яких інформація весь час повторюється, а тому на реципієнтів впливає мінімально<sup>15</sup>.

Звернемося також до питання про величину впливу в різних видах масової комунікації. У зв'язку із цим висловимо гіпотезу, що в теоріях журналістики й теоріях мас-медіа (більш широко) коректно говорити про те, що впливовість повідомлень зростає в напрямі від журналістики ( $V_1$ ) до громадських зв'язків ( $V_2$ ), реклами, пропаганди ( $V_3$ ) та інформаційних воєн ( $V_4$ ), тобто

$$V_4 \geq V_3 \geq V_2 \geq V_1 > 0.$$

Порівняння отриманого результату з даними наукової літератури. У роботі одного з теоретиків масової комунікації Д. Мак-Квейла вказується, що “у всіх системах взаємодії влади й суспільства медіа – це агенти груп, наділених політичною чи економічною владою; медіа можуть мати незалежний підхід, але повної незалежності вони мати не можуть (переклад наш – З. П.)” (цит. за: Теория..., н. д.). Сказане (тобто те, що мас-медіа повної незалежності не мають) із зовсім іншого боку підтверджує той факт, що повідомлення, які розповсюджують такі *залежні* мас-медіа, завжди здійснюють на реципієнтів певний вплив.

Крім того, Д. Мак-Квейл указує також, що “власність і контроль впливають на контент, або... будь-який процес масового чи стандартизованого виробництва передбачає якийсь системний вплив на контент” (Мак-Квейл, 2010: 245). “Більш-менш систематичний «ухил» медій щодо цінностей чи переконань, вибіркоче зображення «реальності» вважають результатом продуманих, цілеспрямованих дій тих, хто володіє медіями або контролює їх” (Мак-Квейл, 2010: 245). При цьому виокремлюються такі рівні впливу, як міжнародний, суспільний (на рівні держави), конкретного мас-медіа та конкретного комунікатора (журналіста) (Мак-Квейл, 2010: 248).

## Висновки

1. Будь-яка інформація, сприйнята реципієнтами, впливає на них енергетично, інформаційно та психологічно.
2. У теоріях журналістики, крім інформаційного та психологічного, обов'язково потрібно враховувати енергетичний вплив повідомлень на реципієнтів, чого поки що в журналістикознавстві не роблять.
3. У сучасних так званих нормативних теоріях журналістики хибним треба вважати положення про те, що постачальники інформації (журналісти, інформаційні агентства, мас-медіа) зобов'язані лише „інформувати” реципієнтів, не здійснюючи при цьому на них жодного впливу. Тому в цьому сегменті відповідні положення цих теорій журналістики вимагають належного виправлення.
4. У теоріях журналістики й мас-медіа (більш широко) коректно говорити про те, що впливовість повідомлень залежить від виду комунікації, зростаючи в напрямі від журналістики до громадських зв'язків, реклами, пропаганди та інформаційних воєн.
5. Із позиції журналістикознавства актуальним є питання про те, яким за величиною є мінімальний вплив, що його здійснюють мас-медійні повідомлення на реципієнтів. У зв'язку із цим постає питання про методику проведення дослідів, які змогли б дати відповідь на це запитання.

<sup>15</sup> За умови повторень відбувається постійний енергетичний вплив, а інформаційний та психологічний впливи є мінімальними. За такої ситуації специфіка інформаційного та психологічного впливу полягає в потребі реципієнтів постійно отримувати відповідь на запитання: *повторення це продовжуються?*

## Література

- Arnold, M. B. (1960). *Emotion and Personality*. New York : Colambia University Press.
- Encyclopedia of Communication and Information*. (2002). New York : Macmillan Reference USA.
- Influence of mass media (2021, March 10). In *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Influence\\_of\\_mass\\_media](https://en.wikipedia.org/wiki/Influence_of_mass_media).
- Partyko, Z.V. (2009). The modern paradigm of information science: Informology. *Automatic documentation and mathematical linguistics*, 43 (6), 311–320.
- Бакулев, Г. (2005). *Массовая коммуникация: западные теории и концепции*. Москва : Аспект-пресс.
- Бойд, Е. (2007). *Ефірна журналістика. Технологія виробництва ефірних новин*. Київ : Інститут журналістики ім. Т. Шевченка.
- Брайант, Дж., Томпсон, С. (2004). *Основы воздействия СМИ*. Москва : Издательский дом «Вильямс».
- Вайшенберг, З. (2004). *Новинна журналістика*. Київ : Академія української преси.
- Дуткевич, Т.В. (2016). *Загальна психологія. Теоретичний курс*. Київ : Центр навчальної літератури.
- Глушков, В.М. (ред.). (1973). *Енциклопедія кібернетики* (т. 1–2). Київ : Головна редакція Української радянської енциклопедії.
- Михайлин, І.Л. (2013). *Журналістика: словник-довідник*. Київ : Академвидав.
- Изард, К.Э. (2003). *Психология эмоций*. Санкт-Петербург : Питер.
- Ла Рош фон, В. (2005). *Вступ до практичної журналістики*. Київ : Академія української преси.
- Мак-Квейл, Д. (2010). *Теорія масової комунікації*. Львів : Літопис.
- Партико, З.В. (2008). *Теорія масової інформації та комунікації*. Львів : Афіша.
- Пирс, Дж. (1967). *Символы, сигналы, шумы*. Москва : Мир.
- Система керування. (2021). У *Вікіпедія*. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Система\\_керування](https://uk.wikipedia.org/wiki/Система_керування).
- Система управління. (2021). У *Вікіпедія*. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Система\\_управления](https://ru.wikipedia.org/wiki/Система_управления).
- Теория массовой коммуникации Дэниса Маккуэйла. (2021). В *Вікіпедіи*. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория\\_массовой\\_коммуникации\\_Дэниса\\_Маккуэйла](https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_массовой_коммуникации_Дэниса_Маккуэйла).
- Чалдині, Р. (2015). *Психологія впливу*. Харків : Книжковий Клуб “Клуб Сімейного Дозвілля”.
- Шнайдер, В. & Рауе, П.-Й. (2014). *Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики*. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси.

## References

- Arnold, M.B. (1960). *Emotion and Personality*. New York : Colambia University Press.
- Encyclopedia of Communication and Information*. (2002). New York : Macmillan Reference USA.
- Influence of mass media. (n. d.). In *Wikipedia*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Influence\\_of\\_mass\\_media](https://en.wikipedia.org/wiki/Influence_of_mass_media).
- Partyko, Z.V. The modern paradigm of information science: Informology. (2009). *Automatic documentation and mathematical linguistics*, 43 (6), 311–320.
- Bakulev, G. (2005). *Massovaya kommunikaciya: zapadnye teorii i koncepcii [Mass Communication: Western Theories and Concepts]*. Moskow : Aspekt-press [in Russian].
- Boyd, E. (2007). *Efirna zhurnalistyka. Tekhnolohiia vyrobnytstva efirnykh novyn [On-air journalism. Technology of broadcast news production]*. Kyiv : Instytut zhurnalistyky im. T. Shevchenka [in Ukrainian].
- Brajant, Dzh., Tompson, S. (2004). *Osnovy vozdejstviya SMI [Basics of media exposure]*. Moskow : Izdatel'skij dom “Vil'yams” [in Russian].
- Vaishenberh, Z. (2004). *Novynna zhurnalistyka [News journalism]*. Kyiv : Akademiia ukrainskoi presy [in Ukrainian].

- Dutkevych, T.V. (2016) *Zahalna psykhologhiia. Teoretychnyi kurs [General Psychology. Theoretical course]*. Kyiv : Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].
- Entsyklopediia kibernetiky [Encyclopedia of Cybernetics]*. (T. 1–2) (1973). (T. 1, 582 s.). Kyiv : Holovna redaktsiia Ukrayinskoï radyanskoï entsyklopedii [in Ukrainian].
- Mykhailyn, I.L. (2013). *Zhurnalistyka: slovnyk-dovidnyk [Journalism: reference dictionary]*. Kyiv : Akademvydav [in Ukrainian].
- Izard, K.E. (2003). *Psihologiya emocij [The psychology of emotions]*. St. Petersburg: Piter [in Russian].
- La Rosh fon, Valter (2005). *Vstup do praktychnoi zhurnalistyky [Introduction to practical journalism]*. Kyiv : Akademiia ukrainskoï presy [in Ukrainian].
- Mak-Kveil, D. (2010). *Teoriia masovoi komunikatsii [Theory of mass communication]*. Lviv : Litopys [in Ukrainian].
- Partyko, Z.V. (2008). *Teoriia masovoi informatsii ta komunikatsii [Theory of mass information and communication]*. Lviv : Afisha [in Ukrainian].
- Pirs, Dzh. (1967). *Simvoly, signaly, shumy [Symbols, signals, noises]*. Moskva : Mir [in Russian].
- Systema keruvannia [Control system]. (n. d.). In *Wikipedia*. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Systema\\_keruvannia](https://uk.wikipedia.org/wiki/Systema_keruvannia) [in Ukrainian].
- Sistema upravleniya [Control system]. (n. d.). In *Wikipedia*. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_upravleniya](https://ru.wikipedia.org/wiki/Sistema_upravleniya) [in Russian].
- Teoriya massovoj kommunikacii Denisa Makkuejla [Denis McQuale's Mass Communication Theory]. (n. d.). In *Wikipedia*. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Teoriya\\_massovoj\\_kommunikacii\\_-Denisa\\_Makkuejla](https://ru.wikipedia.org/wiki/Teoriya_massovoj_kommunikacii_-Denisa_Makkuejla) [in Russian].
- Chaldyni, R. (2015). *Psykhologhiia vplyvu [Psychology of influence]*. Kharkiv : Knyzhkovyi Klub «Klub Simei-noho Dozvillia» [in Ukrainian].
- Shnaider, V. & Raue, P.-Y. (2014). *Novyi posibnyk z zhurnalistyky ta onlain-zhurnalistyky [A new guide to journalism and online journalism]*. Kyiv : Tsentr vilnoi presy, Akademiia ukrainskoï presy [in Ukrainian].

## **ФАКТОР ВПЛИВУ В НОРМАТИВНИХ ТЕОРІЯХ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Зіновій Партико,**

доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики Житомирського державного університету ім. І. Франка,  
(м. Житомир, Україна)

### **Анотація**

Мета статті полягає в тому, щоб з'ясувати, чи може інформація будь-яких мас-медійних повідомлень, отриманих реципієнтами, не впливати на них.

Методи дослідження: а) моделювання (для відтворення процесу опрацювання інформації повідомлень реципієнтами); б) логічний метод (для доведення тези); в) порівняння (для зіставлення отриманого результату з даними наукової літератури).

Результати дослідження. Сучасні так звані нормативні теорії журналістики (авторитарна, лібертарна, соціальної відповідальності, радянська тоталітарна) установлюють, що журналісти, інформаційні агентства й мас-медіа повинні лише „інформувати”, але жодним чином не впливати на реципієнтів. У зв'язку із цим виокремлюються такі види впливу, як енергетичний, інформаційний та психологічний. Далі на основі базових положень (постулатів) кібернетики, фізики, теорії інформації, математичної статистики та психології методом логічного доведення робиться висновок про те, що будь-які повідомлення, сприйняті реципієнтами, чинять на них усі три види впливу, уникнути яких неможливо.



*Висновки. 1. Будь-яка інформація, сприйнята реципієнтами, впливає на них енергетично, інформаційно та психологічно. 2. У сучасних так званих нормативних теоріях журналістики хибним треба вважати положення про те, що постачальники інформації (журналісти, інформаційні агентства, мас-медіа) зобов'язані лише „інформувати” реципієнтів, не здійснюючи при цьому на них жодного впливу. Тому в цьому сегменті відповідні положення цих теорій журналістики вимагають належного виправлення. 3. У теоріях журналістики й мас-медіа (більш широко) коректно говорити про те, що впливовість повідомлень залежить від виду комунікації, зростаючи в напрямі від журналістики до громадських зв'язків, реклами, пропаганди та інформаційних воєн.*

*Ключові слова: теорія журналістики, інформація, повідомлення, вплив, реципієнти.*

*Submitted to the editor – 28.03.2021*

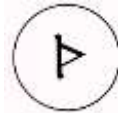
*Reviewed – 13.05.2021*

*Accepted for printing – 05.07.2021*

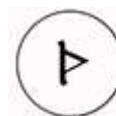
*Подано до редакції – 28.03.2021*

*Рецензовано – 13.05.2021*

*Прийнято до друку – 05.07.2021*



## FEATURES OF MODELING IMAGES OF INTERVIEWER AND INTERVIEWER IN PRINTED MEDIA



**Hanna Kholod,**  
*PhD in Philology, Chief Executive Officer*  
 E-mail: [kholodanna@ukr.net](mailto:kholodanna@ukr.net),  
<https://orcid.org/0000-0002-2479-9721>,  
 ResearcherID: AAD-5685-2020 ,  
 NGO “Scientific and Educational Center  
 «SUCCESSFUL»,  
 Gnat Yura st., 3, of. 44, Kyiv,  
 Ukraine, 03148.

### Citation:

Kholod, H. (2021). Features of Modeling Images of Interviewer and Interviewer in Printed Media. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-11 Retrieved from <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Kholod H., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

### Annotation

The **aim** of the research in the article was to clarify the features of modeling the images of the interviewer and the interviewee in print media. The study allowed expanding the theoretical basis in the study of interviews, filling in some gaps and outlining discussion points. The author's vision of the specifics of modeling the images of the interviewer and the interviewee in print media is proposed. A three-stage mechanism for modeling the images of the interviewer and the interviewee is presented. The specificity of the emergence and functioning of the communicative manipulative field between the participants of communication has been determined. A list of communicative manipulative techniques that can be activated when a manipulative field appears.

**Methods of description**, analysis, synthesis and generalization were used. The following research procedure has become the **methodology**: 1) among the theoretical material, scientific works related to the topic we are going to have been selected; 2) scientific articles, monographs are analyzed, 3) controversial statements are highlighted in them and the author's point of view regarding the subject of research is presented; 4) the author's concept of modeling the image of the interviewer and the interviewee is proposed.

The **results and discussion** made it possible to formulate **conclusions**. Firstly, the images of the interviewer and the interviewee go through the following stages of modeling: the formation of the aforementioned images during the communicative process, the transformation of the images of the interviewer and the interviewee while working on a journalistic text, modeling in the mind of the recipient the images of the interviewer and the interviewee, determined by the specifics of the perception and interpretation of the proposed information by the representative. media audience. Secondly, the images of the interviewer and the interviewee are multivariate. The factors of multivariate are the purpose of the interview, the communicative situation, the participants in communication, their worldview orientations, discourse, epistemic characteristics of the participants in communication, the transformation of images due to the work process and the specifics of perception, as well as the interpretation of information by the media audience.

**Key words:** interviewee, interviewer, media audience, modeling.

## ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ОБРАЗІВ ІНТЕРВ'ЮЕРА Й ІНТЕРВ'ЮЙОВАНОГО В ДРУКОВАНИХ ЗМІ

*Ганна Холод,  
кандидат філологічних наук,  
директор ГО  
“Науково-освітній центр “УСПІШНИЙ”*

### Вступ

Журналістикознавці, які досліджують інтерв'ю, приділяють увагу вивченню портретного інтерв'ю (Френкель, 2014), “ролі каналів зв'язку з метою встановлення контакту між адресантом і адресатом як партнерами комунікації” (Кузьменко, 2015: 58), модифікацій інтерв'ю (Сазонова, 2013), прагмалінгвістичного аспекту інтерв'ю (Штирцова, 2006), функцій інтерв'ю, його мети й завдань (Долгіна, Весніна, 2015), видів інтерв'ю (Шарапов, 2017) тощо. Дослідженню інтерв'ю як жанру журналістики присвятили свої праці й Natsvlishvili P. (Natsvlishvili, 2013); Kazimova J. (Kazimova, 2018); Kovtunenکو, I., Bylkova, S., Borisenko, V., Minakova, N., Rogacheva, V. (Kovtunenکو, Bylkova, Borisenko, Minakova, & Rogacheva, 2018); Melo, J. M. de, Assis, F. de (Melo, Assis, 2016). Обрана нами тема була побіжно згадана журналістикознавцями й, на нашу думку, потребує детального вивчення. Це не лише дозволить розширити теоретичну базу щодо інтерв'ю, заповнивши деякі прогалини, а й, окресливши дискусійні моменти, запропонувати власне бачення щодо специфіки моделювання образів інтерв'юера й інтерв'юйованого в друкованих ЗМІ. Зокрема, плануємо презентувати трьохетапний механізм моделювання образів інтерв'юера й інтерв'юйованого; окреслити специфіку виникнення й функціонування комунікативного маніпулятивного поля між учасниками комунікації, запропонувати комунікативну модель-тріаду (ІМ – інтерв'юер – інтерв'юйований – медіаудиторія); сформулювати перелік комунікативних маніпулятивних прийомів, що можуть активізуватися під час появи маніпулятивного поля; запропонувати форми активної авторизації; доповнити засоби моделювання образів інтерв'юерів й інтерв'юйованих; обґрунтувати необхідність введення епістемної характеристики учасників комунікації.

*Мета* – з'ясувати особливості моделювання образів інтерв'юера й інтерв'юйованого в друкованих ЗМІ.

*Об'єкт* дослідження – образи інтерв'юера й інтерв'юйованого в друкованих ЗМІ.

*Предмет* дослідження – особливості моделювання образів інтерв'юера й інтерв'юйованого в друкованих ЗМІ.

### Методи та методика дослідження

Для досягнення поставленої мети було використано такі методи: описовий, аналіз, синтез, узагальнення.

Виконано таку дослідницьку процедуру:

1. Серед теоретичного матеріалу обрано наукові роботи, дотичні до обраної нами теми.
2. Проаналізовано наукові статті, монографії тощо.
3. Виокремлено в них дискусійні твердження й викладено свою точку зору щодо предмета дослідження.

4. Запропоновано свою концепцію моделювання образу інтерв'юера й інтерв'юйованого.

### Результати й обговорення

Перш ніж висвітлювати запропоновану нами тему, треба окреслити різницю між автором художнього тексту й автором публіцистичного тексту. Слушною щодо цього теоретичного питання є думка дослідниці С. Распопової, яку вона вербалізувала в статті “Автор як реальна людина та образ автора в медіатексті” (Распопова, 2015). Зокрема, С. Распопова зазначила, що, на відміну від автора художнього твору, автор публіцистичного тексту “є складною конструкцією, що містить суспільне (соціальне) та особисте, тобто індивідуальні світоглядні, психічні особливості та нахили” (Распопова, 2015: 152), і наголосила на такій детермінанті творчості журналіста як медіаудиторія. Вищезазначене також дає можливість стверджувати, що є різниця між автором-реальною людиною й образом автора в медіатексті, що під впливом багатьох чинників зазнає процесу трансформації.

У статті Р. Урунової “Про способи авторизації сучасного газетного тексту” констатувала тенденцію щодо активізації “авторизації публіцистичного дискурсу” (Урунова, 2015: 264), звернула увагу на залежність ступеня авторизації від жанру журналістського тексту, проаналізувала типові й найчастотніші авторизації медіатексту, окресливши перспективу їхнього подальшого вивчення. Зокрема, акцент було зроблено на метатекстових включеннях, які, на її думку, “є роздумами автора про створену ним картину дійсності, аналіз його психічного стану, пояснення мотивів звернення до цієї теми” (Урунова, 2015: 264).

Участь реципієнтів у моделюванні образів інтерв'юйованого й інтерв'юера окреслила О. Френкель, лише згадавши про “аналіз аудиторією отриманої інформації і, таким чином, створення конкретного образу як журналіста, так і респондента” (Френкель, 2014: 31). Ю. Бикова в статті “Образ журналіста: еволюція сприйняття в новітній час”, зазначаючи втрату довіри медіаудиторії до діяльності журналіста, констатує негативну тенденцію щодо появи його “симптому “розколотого образу” (Бикова, 2009: 7), сутність якого полягає у виявленні під час соціологічних досліджень діаметрально протилежного ставлення до журналістів у представників медіаудиторії. У своїй статті приділимо увагу реципієнтам як представникам медіаудиторії, які беруть активну участь у моделюванні образів інтерв'юйованого й інтерв'юера.

О. Кузьменко, констатуючи у своїй статті “Особливості комунікативної ситуації інтерв'ю та її складників” (Кузьменко, 2015) “величезний вплив на аудиторію” (Кузьменко, 2015: 60) інтерв'ю, стверджує наявність у ньому “маніпулятивних стратегій і тактик відносно респондента (що проявляється у відборі інтерв'юером питань і диригуванні ходом розмови) чи відносно вторинного адресата – аудиторії читачів чи слухачів (що проявляється у зміні уже сформованих позитивних/негативних установок стосовно опитуваного на кардинально протилежні або відході від нейтрального ставлення до інтерв'юйованого)” (Кузьменко, 2015: 60). На нашу думку, з огляду на вищезазначене дослідницею не було враховано аспект партнерства між учасниками комунікації, що передбачає наявність взаємної маніпуляції під час інтерв'ю. Помилковою, на наш погляд, є думка про те, що медіаудиторія є лише об'єктом маніпуляції, адже її інтереси детермінують вибір інтерв'юйованого, мету інтерв'ю, його тематичні вузли тощо. Уже у своїй дисертації вищезазначена дослідниця “Презентація респондента в англійськомовному інтерв'ю масмедійного дискурсу: лінгвокомунікативний і лінгвокогнітивний виміри” (Кузьменко, 2019) негативно конотує маніпуляцію, відносячи маніпулятивну тактику до “тактики негативного представлення респондента” (Кузьменко, 2019: 265), із чим ми не згодні, оскільки в нас є своя точка зору щодо поняття “маніпуляція”,

яку викладемо під час аналізу визначення С. Сербина: “маніпуляції в інтерв’ю – це прихований вплив інтерв’юера на інтерв’юї для досягнення власних цілей, зворотність яких може проявлятися як у будь-якій фізичній формі, так і відобразитися на емоційному рівні його учасників” (Сербин, 2015: 39). З огляду на вищезазначене хочемо зробити декілька зауважень.

1. Досліджуючи маніпуляції (інтерв’юер – інтерв’ююваний) в інтерв’ю, не можна ігнорувати важливу складову, що впливає на вищезгаданий комунікативний процес – медіааудиторію, на яку орієнтується інтерв’юер й інтерв’ююваний (співавтори), створюючи інформаційний продукт й ураховуючи її інформаційні потреби й інтереси. Зокрема, ідеться про узагальнений образ реципієнта, його соціально-психологічний портрет, який моделюється в уявленні інтерв’юера й інтерв’ююваного, детермінує їхню комунікативну поведінку. На нашу думку, під час інтерв’ю учасники цього комунікативного процесу опиняються в маніпулятивному колі, постійно перетворюючись із суб’єкта маніпуляції на її об’єкт.

2. Вважаємо, що з огляду на маніпуляцію як невід’ємну складову комунікаційного процесу, яка має постійний експліцитний і потенційний імпліцитний вияв вищезгадане визначення маніпуляції під час інтерв’ю недоречно обмежувати тільки прихованим впливом і трактувати його як однобічний процес (лише інтерв’юер впливає на інтерв’ююваного). На нашу думку, варто звернути увагу на визначення терміна “маніпуляція”, запропонованого Б. Мешеряковим, В. Зінченко й позбавленого негативних конотацій: “комунікативний вплив, який актуалізує в об’єкта впливу певні мотиваційні стани (одночасно й почуття, атитюди, стереотипи), що спонукають його до поведінки, яка бажана (вигідна) для суб’єкта впливу; при цьому не передбачається, що вона обов’язково повинна бути невивідна для об’єкта впливу” (Большой психологический словарь, 2009: 245), й уточнити декілька моментів.

1. Під час спілкування відбувається взаємовплив, тобто суб’єкт впливу стає об’єктом впливу й навпаки. Як зазначали вище, між учасниками комунікації автоматично виникає маніпулятивне коло, взаємовплив у якому підсилюється тоді, коли учасники комунікації намагаються реалізувати свої інтенції стосовно один одного. З огляду на вищезазначене під час інтерв’ю між інтерв’юером та інтерв’ююваним виникає взаємовплив, ступінь якого зумовлений їхніми інтенціями, ефективністю їх реалізації під час вищезгаданого комунікативного процесу й адекватністю кодування та декодування експліцитних та імпліцитних смислів, створених за допомогою вербальних і невербальних засобів. Ступінь адекватності кодування і декодування залежить від соціокультурного середовища учасників комунікації, а також їхніх психічних процесів, властивостей, психічних станів, що можуть бути детерміновані гендерними особливостями інтерв’юера та інтерв’ююваного. За умови полярності (максимальний вияв відмінностей) вищезазначених чинників кодування та декодування експліцитних та імпліцитних смислів може відбутися суттєве викривлення інформації, що під час її сприйняття призводить до okazionalnoї (випадкової, незапланованої) появи вірулентних (патогенних) смислів, здатних спричинити інтоксикацію комунікації. Під час інтерв’ю інтерв’юер повинен уміти, вчасно помітивши виникнення вірулентних смислів, нейтралізувати їх. Крім вищезазначеного, під час комунікації варто враховувати специфіку різновидів імпліцитного змісту: “текстовий” (Бацевич, 2004: 157) (“інформація, яка відповідає явним комунікативним намірам адресанта” (Бацевич, 2004: 157), “підтекстовий” (Бацевич, 2004: 158) (“інформація передавання якої входить у приховані комунікативні наміри відправника тексту (адресанта, мовця, автора)” (Бацевич, 2004: 158), “притекстовий” (Бацевич, 2004: 158) (“інформація, яка може бути виведена з тексту, хоча її передавання і не входило в комунікативні наміри адресанта” (Бацевич, 2004: 158), виникнення яких зумовлено особливостями продукування, сприйняття, інтерпретації інформації учасниками комунікації.

Нагадаємо, що експліцитні та імпліцитні смисли, виникаючи між інтерв'юером та інтерв'юйованим завдяки вербальним та невербальним засобам, створюють первинний текст, що має декілька етапів трансформації: під час розшифровки інтерв'ю й очищення його від нечитабельних елементів (слів-паразитів, тавтології, від граматично неправильно сформульованих речень тощо), під час редакторських правок, під час узгодження тексту з інтерв'юйованим й отримання від нього дозволу на друк. Вищезгаданим етапам трансформації первинного тексту притаманне викривлення образу інтерв'юера й образу інтерв'юйованого.

Трансформований текст є викривленим інформаційним продуктом, оскільки він не тільки може бути позбавлений інформації щодо використання невербальних засобів комунікації, а й містить вербальні засоби, що стали об'єктом коригування, зумовленого необхідністю дотримуватися мовних норм, чинного законодавства України, етичного кодексу журналіста. Стаючи об'єктом сприйняття медіааудиторії, трансформований текст проходить подальшу трансформацію. Під час неї відбувається продукування експліцитних та імпліцитних смислів, варіативність і ступінь викривленості яких залежить від психічних процесів, психічних станів представників медіааудиторії, дискурсу, епістеміологічної характеристики медіааудиторії, інтерв'юера та інтерв'юйованого, яка важлива для усвідомлення причин виникнення комунікативних бар'єрів між продуцентом (інтерв'юер, інтерв'юйований, медіааудиторія) та реципієнтом (інтерв'юер, інтерв'юйований, медіааудиторія). Їх позиції під час інтерв'ю є динамічними (продуцент стає реципієнтом, реципієнт – продуцентом) і можуть бути представлені схемою: інтерв'юер, ураховуючи комунікативні інтереси медіааудиторії та специфіку інформації про інтерв'юйованого, продукує інформацію, яку сприймає, інтерпретує інтерв'юйований, продукуючи експліцитні та імпліцитні смисли. Їх сприймає та інтерпретує інтерв'юер, продукуючи експліцитні та імпліцитні смисли; трансформований інформаційний продукт сприймає, інтерпретує медіааудиторія, продукуючи експліцитні та імпліцитні смисли не тільки під час поступового ознайомлення з інформаційним продуктом, а й після отримання цілісного уявлення про нього. На відміну від інтерв'юера та інтерв'юйованого, медіааудиторія продукує інформацію, яка має експліцитний вияв за умови вербалізації думки у формі коментаря, репліки тощо.

Введення терміна “епістемна характеристика” інтерв'юера (продуцента-реципієнта) й інтерв'юйованого (реципієнта-продуцента), представника медіааудиторії (реципієнта-продуцента) зумовлена радикальною зміною ідеологічного вектора розвитку суспільства конкретної країни. На відміну від процесів консонантивної епістемної дифузії, притаманних країнам, у яких не відбулося різкої ідеологічної деструкції, у країнах колишнього Радянського Союзу, зокрема в Україні, після його розпаду виник епістемний дисонанс, репрезентований наявністю контраверсійних епістем (епістема Радянського Союзу – епістема незалежної України), що зумовив виникнення таких реакцій на вищезгаданий процес:

1. Прийняття нової епістемі й заперечення старої.
2. Неприйняття нової епістемі, ідеалізація старої.
3. Епістемна адаптація (часткове прийняття нової епістемі без повного заперечення старої).

Кожному вищезгаданому процесові відповідає епістемна характеристика (епістемно-новаційний, епістемно-консервативний, епістемно-адаптивний) учасників комунікативного процесу, які у форматі тріади (інтерв'юер, інтерв'юйований, медіааудиторія), притаманної інтерв'ю, одночасно є продуцентами та реципієнтами інформації.

Пропонуючи введення терміна “епістемна характеристика”, ми орієнтувалися на таке визначення епістемі: “структура, що суттєво обумовила можливість визначення поглядів,

концепцій, наукових теорій і власне наук у той чи інший історичний період” (Что такое эпистема, 2021).

2. Вважаємо, що позитивно конотована маніпуляція, якій не притаманний процес віктимізації, тобто перетворення учасника комунікації на жертву в результаті психологічного впливу продуцента інформації, є невід’ємною частиною паритетної комунікації, під час якої зберігається рівноправність учасників комунікації. Негативної конотації маніпуляція набуває тоді, коли в результаті цілеспрямованого експліцитного та / або імпліцитного впливу активізується процес віктимізації учасника комунікації. Варто, на нашу думку, говорити про можливість виникнення ілюзорної негативно конотованої маніпуляції, яка є результатом викривленої інтерпретації, що відбувається в результаті неправильного декодування отриманої інформації, детермінованого наявністю в одного з учасників комунікації віктимних нахилів. Допускаючи потенційну можливість виникнення ілюзорної маніпуляції, яка не є обов’язковою для комунікативного процесу, зосереджуємо увагу на таких видах маніпуляції, як експліцитна та імпліцитна, і пропонуємо класифікацію їх комунікативних прийомів, які можуть бути використані під час інтерв’ю.

На нашу думку, *експліцитна маніпуляція*, диференціація якої на позитивну, негативну, збалансовану відбувається залежно від конструктивної (моделювання позитивного образу учасника комунікації, пошуки виходу з проблемної ситуації), деструктивної (моделювання негативного образу учасника комунікації, увиразнення негативних наслідків проблемної ситуації) мети впливу на учасника комунікації, а також інтенції об’єктивно висвітлити інформацію, має такі комунікативні прийоми:

- 1) переконування, тобто використання аргументів для зміни рішення, думки, ставлення учасника комунікації;
- 2) прохання задовольнити бажання учасника комунікації;
- 3) ігнорування. Навмисно не помічати деякі особливості комунікативної поведінки учасника комунікації, зокрема вербальні та невербальні засоби комунікації;
- 4) конструктивна критика учасника комунікації, третіх осіб, конструктивна самокритика одного з учасників комунікації;
- 5) деструктивна критика учасника комунікації, третіх осіб, деструктивна самокритика одного з учасників комунікації;
- 6) формування в одного учасника комунікації позитивного ставлення до ситуації, явища, третіх осіб, іншого учасника комунікації;
- 7) формування в одного учасника комунікації негативного ставлення до ситуації, явища, третіх осіб, іншого учасника комунікації;
- 8) переривання думки учасника комунікації;
- 9) демонстрування незгоди в думках, озвучення опозиційної точки зору;
- 10) пропозиція проаналізувати когнітивно-дисонансні приклади;
- 11) пряме схвалення думок і вчинків учасника комунікації, третіх осіб (близьких, знайомих, опонентів тощо);
- 12) пряме засудження думок і вчинків учасника комунікації, третіх осіб (близьких, знайомих, опонентів тощо);
- 13) пряме самовихваляння;
- 14) неправильна інтерпретація інформації;
- 15) стимулювання. Зацікавленість журналіста конкретною інформацією зумовлює появу стимулу в інтерв’юваного розповісти більше;
- 16) деталізація почутого. З’ясування деталей інформації з метою активізації інтерв’юваного щодо більшої інформації;
- 17) перевірка правильності сприйняття інформації та її інтерпретації за допомогою перепитування;

18) співпереживання. Уміння відчувати емоційний стан учасника комунікації, допомогти співрозмовнику завдяки вербалізації ідентифікувати його й урахувати вищезазначене під час подальшої комунікації;

19) узагальнення. Узагальнити факти таким чином, щоб виникла підстава для продовження спілкування;

20) імпровізація. Уміння під час інтерв'ю не тільки поставити незаплановане запитання, доречність якого зумовлена відповідями інтерв'ююваного, а й, відчуваючи зміну емоційного фону інтерв'ю, завдяки незапланованим вербальним і невербальним засобам зробити його оптимальним для реалізації своєї стратегії. Вважаємо, що використання імпровізації під час інтерв'ю доречне лише за вищезгаданих обставин, перетворення інтерв'ю на суцільну імпровізацію свідчить про непрофесійність журналіста;

21) пряме ухилення від відповіді (констатація власної некомпетентності, відмова відповідати на запитання);

22) самовиправдання;

23) виправдання дій учасника комунікації, третіх осіб;

24) схвалення дій учасника комунікації третьою особою;

25) окреслення життєвих цінностей.

Комунікативні прийоми *імпліцитної* (позитивна, негативна, збалансована) *маніпуляції*, диференціація якої відбувається залежно від мети прихованого впливу на учасника комунікації, про яку він не знає.

1. Цілеспрямоване часткове інформування, що призводить до унеможливлення об'єктивного аналізу конкретної проблеми або ситуації та озвучення помилкових висновків.

2. Цілеспрямоване використання інформаційного шуму, що позбавляє інтерв'ююваного можливості зосередити увагу на головному через її розбалансування.

3. Цілеспрямоване зміщення акцентів під час узагальнення інформації.

4. Цілеспрямоване формулювання неправильних висновків із метою емоційного розбалансування інтерв'ююваного та створення когнітивного дисонансу.

5. Прохання однозначно оцінити контраверсійні явище та ситуацію, які потребують детального аналізу й об'єктивної оцінки.

6. Прохання відповісти на запитання, що потребує розлогої відповіді, використовуючи лише стверджувальні або заперечувальні слова.

7. Використання контраверсійних вербальних та невербальних комунікативних засобів.

8. Підкреслення компетентності учасника комунікації за умови формулювання запитань, що не мають відношення до сфери його компетентності.

9. Цілеспрямоване використання безапеляційних і радикальних тверджень, що змушує учасника комунікації вступати в дискусію.

10. Формулювання запитань, спрямованих на моделювання позитивного образу учасника комунікації, третіх осіб тощо.

11. Формулювання запитань, спрямованих на моделювання негативного образу учасника комунікації.

12. Цілеспрямоване використання дифамаційної, неправдивої інформації про учасника комунікації для виникнення мотивації давати відповіді на запитання.

13. Цілеспрямоване використання неправильної або частково неправильної інтерпретації інформації, озвученої раніше учасником комунікації.

14. Використання повторного запитання, на яке учасник комунікації раніше відповідати не захотів.

15. Використання в запитанні лексем, лексичне значення яких учаснику комунікації не відоме.



16. Непряма конструктивна критика чужих моделей поведінки, завдяки якій учасник комунікації здогадується про свої недоліки.

17. Непряма деструктивна критика чужих моделей, завдяки якій учасник комунікації здогадується про свої недоліки.

18. Озвучення учасником комунікації (інтерв'юером) своєї точки зору (переважно контрарної позиції учасника комунікації – інтерв'юйованого).

19. Використання подвійних стандартів для оцінювання явища або ситуації.

20. Використання інформації, яка імпліцитно спонукає учасника комунікації до міркувань й оприявлення власної точки зору.

21. Непряме схвалення думок і вчинків учасника комунікації, третіх осіб.

22. Непряме уникання відповіді (відсилання до компетентних джерел інформації, констатація неможливості об'єктивно оцінити ситуацію, ігнорування запитання).

Декодування мовленнєвих прийомів експліцитної та імпліцитної маніпуляції може бути трансформованим унаслідок виникнення комунікативних бар'єрів, одним із яких є поява ілюзорної імпліцитної маніпуляції, зумовленої контраверсійністю реальних інтенцій одного учасника комунікації і їхнього декодування іншим учасником комунікації. Від цього залежатиме якість формування первинного тексту інтерв'ю.

З огляду на вищевикладене запропоновані О. Кузьменко стратегії самопрезентації респондента й представлення респондента журналістом (Кузьменко, 2019), на нашу думку, повинні реалізовуватися завдяки тактиці взаємоманіпуляції, що передбачає використання вищезазначених комунікативних прийомів, завдяки яким відбувається моделювання образів інтерв'юера й інтерв'юйованого. Крім того, різний набір запитань, відповідей, а також активізація під час комунікації різних маніпулятивних комунікативних прийомів може сприяти моделюванню різних образів інтерв'юера й інтерв'юйованого. Їхнє формування відбувається з урахуванням багатьох інших чинників: епістемної детермінації світоглядів співавторів, жанру й жанрових модифікацій журналістського тексту, специфіки опрацювання фактичного матеріалу й особливостей його вербального, невербального втілення, відповідності тексту нормам чинного законодавства, особливостей сприйняття медіааудиторією журналістського тексту, її здатності помітити в тексті маркери світоглядної позиції інтерв'юера й інтерв'юйованого, особливості їхнього інтелекту та внутрішнього світу, репрезентовані за допомогою різноманітних засобів.

Змодельовані спочатку образи інтерв'юера та інтерв'юйованого можуть трансформуватися під час обробки журналістського матеріалу редактором та художнім редактором. Ступінь вищезгаданої трансформації залежить від міри втручання в текст, а також узгодження зроблених правок і відповідності відредагованого й оформленого матеріалу задуму авторів. Як правило, ступінь трансформації первинного журналістського тексту залишається за “кадром”. Є випадки, коли втручання в текст і його оформлення стає результатом або одноосібного рішення редактора та художнього редактора, або наполегливих “рекомендацій” вищезазначених фахівців, під впливом яких авторам доводиться погодитися із трансформаціями тексту. Не варто забувати й про юридичний аспект підготовки журналістського матеріалу до друку, оскільки в деяких редакціях є медіаюрист, який повинен проаналізувати запропонований текст щодо дотримання норм чинного законодавства, звернувши увагу на коректність висловлювань, відсутність дискримінаційної складової тощо.

З огляду на вищевикладене інтерв'ю може бути результатом колективної праці або інформаційним продуктом журналіста за умови виконання ним функцій усіх вищезазначених фахівців (редактора, коректора, художнього редактора, юриста). Крім цього, треба пам'ятати, що під час інтерв'ю у створенні тексту беруть участь автори: інтерв'юер та інтерв'юйований, які в процесі узгодження інтерв'ю можуть вносити в нього суттєві зміни, що трансформують образи інтерв'юера й інтерв'юйованого. Подальша трансформація вищезазначених образів

відбувається під час сприйняття журналістського тексту медіааудиторією, представники якої продукують мультिवаріантні образи авторів інтерв'ю. Необхідно врахувати, що для моделювання образу інтерв'юера й інтерв'ююваного важливим чинником є те, чи є реципієнт представником тієї ж епістемі, у межах якої було створено журналістський текст. Якщо вищезгадана синхронія відсутня, то може виникнути когнітивний дисонанс, який вплине на моделювання образів інтерв'юера й інтерв'ююваного. Наприклад, на нашу думку, образ актора Андрія Харитонова (Харитонов, 1995), творча активність якого була загальмована кризою 90-х років ХХ століття, може мати різні варіанти моделювання представниками різних епістем (реципієнта, який знає про 90-ті роки ХХ століття лише з уроків історії; реципієнт, який виживав під час вищезазначеної кризи): цинічної, меркантильної, безпринципної людини, яка намагається заробляти гроші різними способами (екскортпослуги за кордоном, робота на політичні партії без конкретних політичних переконань); відвертої людини, яка правдиво відповідає на провокативні запитання інтерв'юера й розкриває нюанси непростого життя актора в часи фінансових труднощів.

На нашу думку, саме запитання інтерв'юера, орієнтовані на досягнення мети, поставленої інтерв'юером, відсутність комунікативних бар'єрів, що дозволяє максимально розкритися інтерв'ююваному, свідчать про професіоналізм інтерв'юера і є засобом моделювання його образу. На жаль, інтерв'юер не завжди вербалізує мету інтерв'ю, що створює додаткові труднощі під час оцінювання професіоналізму журналіста й доречності поставлених запитань, класифікацію яких запропонувала Марія Лукіна (Лукіна, 2003) у своєму посібнику. На нашу думку, основними критеріями якісно сформульованого запитання є актуальність, новизна, оригінальність, позитивна комунікативна реакція інтерв'ююваного на поставлене запитання.

В інтерв'ю не тільки запитання, а й іноді вступні і заключні частини інтерв'ю, констатація деяких фактів, ремарки можуть містити такі форми вияву образу інтерв'юера:

- 1) автобіографізм (спогади про випадки зі свого життя);
- 2) вербалізацію своїх емоцій;
- 3) вияв емоцій за допомогою невербальних засобів спілкування, зафіксованих у ремарках;
- 4) прогнозування розгортання подій щодо себе (інтерв'юера);
- 5) вербалізацію своєї оцінки;
- 6) міркування;
- 7) припущення;
- 8) розповідь про створення або виникнення комунікативної ситуації, учасником якої він є;
- 9) розповідь про бекграунд попередніх спілкувань з інтерв'ююваним;
- 10) вербалізацію вражень від комунікації;
- 11) побажання інтерв'ююваному;
- 12) самохарактеристику.

Усі вищезазначені форми активної авторизації інтерв'юера, містячи вербальні маркери світоглядної позиції, інтелектуального, внутрішнього світу й інформацію про стать, вік, соціальний статус інтерв'юера, а також невербальні засоби спілкування, зазначені в ремарках, є безпосередніми засобами моделювання образу інтерв'юера.

На нашу думку, тематичні вузли інтерв'ю, його проблематика, презентація інтерв'ююваного, використання цитат, алюзій, ремінісценцій, а також згадка про третіх осіб є опосередкованою характеристикою інтерв'юера. Паралінгвістичні засоби, зокрема шриффт, колір, курсив, фотографії тощо, на нашу думку, теж опосередковано характеризують образ інтерв'юера. Необхідно відзначити, що взаємодія тексту й фотографії сприяє виникненню додаткових смислів, що відповідають інтенціям інтерв'юера, який разом із художнім редактором бере активну участь у їхньому художньому оформленні на газетній площині.

Якщо журналіст не контролює процес художнього оформлення свого інформаційного продукту, під час роботи художнього редактора з текстом та фотографіями можуть виникнути додаткові смисли, що не відповідають або частково відповідають інтенціям журналіста. Крім того, у процесі сприйняття всього інформаційного продукту (тексту й фотографій) медіаудиторія залежно від багатьох факторів може повністю, частково декодувати закладені в ньому смисли або продукувати консонансні або дисонансні смисли, які не мають відношення до інтенцій журналіста. Крім вищезазначеного, ще одним засобом опосередкованої характеристики інтерв'юера, на нашу думку, є заголовок інтерв'ю, а також композиція тексту.

Отже, до безпосередніх засобів моделювання образу інтерв'юера, на нашу думку, належать формулювання запитань, форми вияву авторського “я”, маніпулятивні комунікативні прийоми, вербальні засоби презентації світоглядної позиції, епістемної характеристики, використання невербальних засобів, їхня консональність чи дисональність щодо вербальних засобів, до опосередкованих – паралінгвістичні засоби оформлення інтерв'ю, його композиція, заголовок, характеристика інтерв'ююваного, третіх осіб, ситуації, явища, характеристика інтерв'юера інтерв'ююваним, використання цитат, ремінісценцій, алюзій, тематичні вузли й проблематика інтерв'ю.

На нашу думку, безпосередні засоби моделювання образу інтерв'ююваного – це:

- 1) автобіографізм (спогад про випадки зі свого життя);
- 2) вербалізація своїх емоцій;
- 3) вияв емоцій за допомогою невербальних засобів спілкування;
- 4) прогнозування розгортання подій щодо себе (інтерв'ююваного);
- 5) вербалізація своєї оцінки;
- 6) міркування;
- 7) припущення;
- 8) розповідь про бекграунд попередніх спілкувань з інтерв'юером або третіми особами;
- 9) вербалізація вражень від комунікації;
- 10) побажання інтерв'юеру, третім особам, медіаудиторії;
- 11) самохарактеристика;
- 12) маніпулятивні мовленнєві прийоми;
- 13) вербальні засоби презентації світогляду, епістемної характеристики;
- 14) використання невербальних засобів, їхня консональність чи дисональність щодо вербальних засобів.

До опосередкованих засобів моделювання – характеристика інтерв'ююваного інтерв'юером, характеристика інтерв'ююваним третіх осіб, ситуації, явища; заголовок, паралінгвістичні засоби оформлення інтерв'ю за умови узгодження нюансів художнього оформлення інтерв'ю; використання цитат, ремінісценцій, алюзій, спогадів про випадки із життя третіх осіб.

Вважаємо, що журналістські тексти, домінантною частиною яких є інтерв'ю, створені в 90-ті роки ХХ століття, дають можливість активізувати ширший діапазон засобів моделювання інтерв'юера й інтерв'ююваного. Якщо вищезгаданому журналістському текстові притаманна поліавторність (журналіст, який написав мініарис, творчу біографію тощо, інтерв'юер, інтерв'юований), вона дозволяє вербалізувати різні точки зору авторів (журналіст, інтерв'юер) на інтерв'ююваного, які навіть можуть бути представниками різного ментального й культурного простору.

## Висновки

1. Образи інтерв'юера й інтерв'ююваного проходять такі етапи моделювання: формування вищезазначених образів під час комунікативного процесу, трансформація образів інтерв'юера й інтерв'ююваного під час роботи над журналістським текстом, моделювання у свідомості реципієнта образів інтерв'юера й інтерв'ююваного, детермінованих специфікою сприйняття й інтерпретації запропонованої інформації представником медіааудиторії.

2. Образам інтерв'юера й інтерв'ююваного притаманна мультिवаріативність. Чинниками мультिवаріації є мета інтерв'ю, комунікативна ситуація, учасники комунікації, їхні світоглядні орієнтири, дискурс, епістемна характеристика учасників комунікації, трансформація образів, зумовлена робочим процесом і специфікою сприйняття, інтерпретації інформації медіааудиторією, тощо.

3. Є безпосередні та опосередковані засоби моделювання образу інтерв'юера й інтерв'ююваного, активізація більшості яких відбувається під час утворення комунікативного маніпулятивного кола.

4. Під час моделювання образів інтерв'юера й інтерв'ююваного треба враховувати епістемну характеристику (епістемно-новаційний, епістемно-консервативний, епістемно-адаптивний) учасників тріади “інтерв'юер – інтерв'ююваний – медіаудиторія”.

## Література

- Бацевич, Ф.С (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Київ: Академія, 342.
- Большой психологический словарь (2009). – 4-е изд., расширенное / Сост. и общ. ред. Б.Г. Мещеряков, В.П. Зинченко. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА; СПб.: Прайм-Евроник, 811.
- Быкова, Ю.Н. (2009). Образ журналиста: эволюция восприятия в новейшее время. *Вестник Челябинского государственного университета*, № 7 (188), 4–7.
- Вестник Челябинского государственного университета*. №7 (188). *Филология. Искусствоведение*. Вып. 41, 5–7.
- Долгина, Е.С., Веснина, М.А. (2015). Интервью: понятие, цель, задачи, функции. *Молодой учёный*. № 7 (87) апрель, 1109–1111.
- Эпистема (2021). <http://pmatsuk.narod.ru/epistema.html>
- Кузьменко, О.Ю. (2015). Особливості комунікативної ситуації інтерв'ю та її складників. *Science and Education a New Dimension. Philology*, III (9), Issue: 44, 58–61.
- Кузьменко, О.Ю. (2019). *Презентація респондента в англійськомовному інтерв'ю масмедійного дискурсу: лінгвокомунікативний і лінгвокогнітивний виміри*. [Неопублікована кандидатська дисертація]. Херсон, 256.
- Лукина, М. М. (2003). *Технология интервью*. Москва : Аспект Пресс, 191.
- Распопова, С.С. (2015). Автор как реальный человек и образ автора в медиатексте. *Вопросы теории и практики журналистики*. Т. 4. №2, 149–158.
- Сазонова, Ю. О. (2013). Внутрішньожанрові типи інтерв'ю в спортивній клубній пресі (на прикладі журналу “Шахтёр”). *Держава та регіони. Серія Соціальні комунікації*. №2 (14), 106–111.
- Сербин, С. (2015). Рольові функції маніпулятора в прямоефірних інтерв'ю. *Медіапростір*. Вип. 7, 32–41.
- Урунова, Р.Д. (2015). О способах авторизации современного газетного текста. *Вектор науки*. ТГУ. № 3–2 (33-2), 263–266.
- Френкель, О. (2014). Жанрова своєрідність інтерв'ю як типу комунікації: портретне інтерв'ю. *Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету*. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 30–31.

- Харитонов, А. (1995). Андрей Харитонов: “Мы, артисты, – уроды...”. *Кинокур’ер*. №21 (57), 8.
- Что такое эпистема? (<http://pmatsuk.narod.ru/epistema.html>).
- Шарапов, Э. Х. (2017). Жанр интервью: видовая составляющая. *Филология. Молодой учёный*. №12 (146) март, 668–670.
- Штирцова, С. В. (2006). *Прагмалингвистическая характеристика интервью: на материале французской прессы* [Неопубликованная кандидатская диссертация]. Москва, 163.
- Kazimova, J. (2018). To the Concept of the Format of the Genre of Interviews in Journalism. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: Journalistic sciences*, Vol. 896, Number 2 : 65-69 <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.065>
- Kovtunenko, I., Bylkova, S., Borisenko, V., Minakova, N., & Rogacheva, V. (2018). Interview as a genre of new media communication: Rhetorical relations and pragmatic effects, *Linguae*, January X, 11(2):95-105 DOI:10.18355/XL.2018.11.02.08 [https://www.researchgate.net/publication/325210347\\_Interview\\_as\\_a\\_genre\\_of\\_new\\_media\\_communication\\_Rhetorical\\_relations\\_and\\_pragmatic\\_effects](https://www.researchgate.net/publication/325210347_Interview_as_a_genre_of_new_media_communication_Rhetorical_relations_and_pragmatic_effects)
- Melo, J. M. de, Assis, F. de (2016). Journalistic Genres and Formats: a Classification Model. *Intercom – RBCC*, São Paulo, Vol. 39, n.1, 39–54. DOI: 10.1590/1809-5844201613
- Natsvlishvili, P. (2013). For the Genesis of Interview as a Genre. *European Scientific Journal December (Special)*, Vol. 2, 384–387.

## Reference

- Batsevych, F.S (2004). *Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky [Fundamentals of communicative linguistics]*. Kyiv : Akademiia, 342 [In Ukrainian].
- Meshcheryakov, B.G. and Zinchenko, V.P. [ed.]. (2009). *Bolshoj psichologicheskij slovar [Large psychological dictionary]*. Moscow : AST: AST MOSKVA; St. Petersburg : Prajm-Evroznak, 811 [In Russian].
- Bykova, Yu.N. (2009). *Obraz zhurnalista: evolyuciya vospriyatiya v novejshee vremya [The image of a journalist: the evolution of perception in modern times]*. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of the Chelyabinsk State University*, № 7 (188), 4–7 [In Russian].
- Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie [Bulletin of the Chelyabinsk State University. Philology. Art criticism]* (2009). №7 (188), Vyp. 41, 5–7 [In Russian].
- Dolgina, E.S., Vesnina, M.A. (2015). Intervyu: ponyatie, cel, zadachi, funkcii [Interview: concept, purpose, objectives, functions]. *Molodoj uchyonyj – Young scientist*, № 7 (87) April, 1109–1111 [In Russian].
- Epistema (2021). <http://pmatsuk.narod.ru/epistema.html> [In Russian].
- Kuzmenko, O.I. (2015). Osoblyvosti komunikatyvnoi sytuatsii intervju ta yii skladnykiv [Features of the communicative situation of the interview and its components]. *Science and Education a New Dimension. Philology*, III (9), Issue: 44, 58–61 [In Ukrainian].
- Kuzmenko, O.I. (2019). *Prezentatsiia respondenta v anliiskomovnomu intervju masmediinoho dyskursu: linhvokomunikatyvnyi i linhvokohnityvnyi vymiry [Respondent's presentation in an English-language interview of mass media discourse: linguo-communicative and linguo-cognitive dimensions]* [Unpublished PhD thesis]. Kherson, 256 [In Ukrainian].
- Lukyna, M.M. (2003). *Tekhnolohyia intervju [Interview technology]*. Moscow : Aspekt Press, 191 [In Russian].
- Raspopova, S.S. (2015). Avtor kak realnyj chelovek i obraz avtora v mediatekste [The author as a real person and the image of the author in the media text]. *Voprosy teorii i praktiki*

- zhurnalistiki – *Questions of theory and practice of journalism*, Т. 4, №2, 149–158 [In Russian].
- Sazonova, Yu. O. (2013). Vnutrishnozhanrovi typy interv'iu v sportyvni klubnii presi (na prykladi zhurnal "Shakhtar") [Intra-genre types of interviews in the sports club press (for example, Shakhtar magazine)]. *Derzhava ta rehiony. Seriya Sotsialni komunikatsii – State and regions. Social Communications Series*, №2 (14), 106–111 [In Ukrainian].
- Serbyn, S. (2015). Rolovi funktsii manipulatora v priamoefirnykh interv'iu [Manipulator role roles in live interviews]. *Mediaprostir – Media space*, Vyp. 7, 32–41 [In Ukrainian].
- Urunova, R.D. (2015). O sposobah avtorizatsii sovremennogo gazetnogo teksta [About authorization methods for modern newspaper text]. *Vektor nauki – Science vector*. TGU. № 3–2 (33-2), 263–266 [In Russian].
- Frenkel, O. (2014). Zhanrova svoieridnist interv'iu yak typu komunikatsii: portretne interv'iu [Genre originality of interview as a type of communication: portrait interview]. *Yednist navchannia i naukovykh doslidzhen – holovnyi pryntsyup universytetu – The unity of teaching and research is the main principle of the university*. Kyiv : Vyd-vo NPU imeni M. P. Drahomanova, 30–31.
- Haritonov, A. (1995). Andrej Haritonov: "My, artysty, – urody..." [Andrey Kharitonov: "We, artists, are freaks ..."]. *Kinokurijer – Film courier*. №21 (57), 8 [In Ukrainian].
- Chto takoe epistema? [What is an episteme?] (<http://pmatsuk.narod.ru/epistema.html>) [In Russian].
- Sharapov, E. H. (2017). Zhanr interv'iu: vidovaya sostavlyayushchaya [Interview genre: species component]. *Filologiya. Molodoj uchyonyj – Philology. Young scientist*. №12 (146) Mart, 668–670 [In Russian].
- Kazimova, J. (2018). To the Concept of the Format of the Genre of Interviews in Journalism. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: Journalistic sciences*, Vol. 896, Number 2 : 65-69 <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.065>
- Kovtunencko, I., Bylkova, S., Borisenko, V., Minakova, N., & Rogacheva, V. (2018). Interview as a genre of new media communication: Rhetorical relations and pragmatic effects, *Linguae*, January X, 11(2):95-105 DOI:10.18355/XL.2018.11.02.08 [https://www.researchgate.net/publication/325210347\\_Interview\\_as\\_a\\_genre\\_of\\_new\\_media\\_communication\\_Rhetorical\\_relations\\_and\\_pragmatic\\_effects](https://www.researchgate.net/publication/325210347_Interview_as_a_genre_of_new_media_communication_Rhetorical_relations_and_pragmatic_effects)
- Melo, J. M. de, Assis, F. de (2016). Journalistic Genres and Formats: a Classification Model. *Intercom – RBCC*, São Paulo, Vol. 39, n.1, 39–54. DOI: 10.1590/1809-5844201613
- Natsvlshvili, P. (2013). For the Genesis of Interview as a Genre. *European Scientific Journal* December (Special), Vol. 2, 384–387.

## **ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ОБРАЗІВ ІНТЕРВ'ЮЕРА Й ІНТЕРВ'ЮЙОВАНОГО В ДРУКОВАНИХ ЗМІ**

**Ганна Холод,**  
кандидат філологічних наук,  
директор ГО  
"Науково-освітній центр "УСПІШНИЙ"  
(м. Київ, Україна)

### **Анотація**

**Метою** дослідження в статті було обрано з'ясування особливостей моделювання образів інтерв'юера й інтерв'юйованого в друкованих ЗМІ. Дослідження дозволило розширити теоретичну базу щодо інтерв'ю, заповнивши деякі прогалини й окресливши дискусійні моменти. Запропоновано власне бачення щодо специфіки моделювання образів

інтерв'юера й інтерв'юйованого в друкованих ЗМІ. Презентовано трьохетапний механізм моделювання образів інтерв'юера й інтерв'юйованого. Окреслено специфіку виникнення й функціонування комунікативного маніпулятивного поля між учасниками комунікації. Сформульовано перелік комунікативних маніпулятивних прийомів, що можуть активізуватися під час появи маніпулятивного поля.

Було використано **методи** опису, аналізу, синтезу й узагальнення. **Методикою** стала така дослідницька процедура: 1) серед теоретичного матеріалу обрано наукові роботи, дотичні до обраної нами теми; 2) проаналізовано наукові статті, монографії; 3) виокремлено в них дискусійні твердження й викладено свою точку зору щодо предмета дослідження; 4) запропоновано свою концепцію моделювання образу інтерв'юера й інтерв'юйованого.

**Результати й обговорення** дали можливість сформулювати **висновки**. По-перше, образи інтерв'юера й інтерв'юйованого проходять такі етапи моделювання: формування вищезазначених образів під час комунікативного процесу, трансформація образів інтерв'юера й інтерв'юйованого під час роботи над журналістським текстом, моделювання у свідомості реципієнта образів інтерв'юера й інтерв'юйованого, детермінованих специфікою сприйняття й інтерпретації запропонованої інформації представником медіааудиторії. По-друге, образам інтерв'юера й інтерв'юйованого притаманна мультиваріативність. Чинниками мультиваріації є мета інтерв'ю, комунікативна ситуація, учасники комунікації, їхні світоглядні орієнтири, дискурс, епістемна характеристика учасників комунікації, трансформація образів, зумовлена робочим процесом і специфікою сприйняття, інтерпретації інформації медіааудиторією, тощо.

**Ключові слова:** інтерв'юйований, інтерв'юер, медіааудиторія, моделювання.

*Submitted to the editor – 14.03.2021*

*Reviewed – 26.05.2021*

*Accepted for printing – 10.07.2021*

*Подано до редакції – 14.03.2021*

*Рецензовано – 26.05.2021*

*Прийнято до друку – 10.07.2021*



## TRANSFORMATION OF MYKOLA KHVYLOVYI'S BASIC CONCEPTS OF PAMPHLETISTICS IN UKRAINIAN JOURNALISTIC DISCOURSE



**Solomiia Khorob,**

*Candidate of Philological Sciences (PhD)*

*Senior Lecturer of Journalism Department*

E-mail: [solomia.khorob@pnu.edu.ua](mailto:solomia.khorob@pnu.edu.ua)

<https://orcid.org/0000-0002-7899-6042>

*Vasyl Stefanyk Precarpathian National  
University*

tel.: (+380-342)75-23-51

E-mail: [office@pnu.edu.ua](mailto:office@pnu.edu.ua)

*57 Shevchenko Str., Ivano-Frankivsk,  
Ukraine, 76018.*

### *Citation:*

Khorob, S. (2021). Transformation of Mykola  
Khvylovyi's

Basic Concepts of Pamphletistics

in Ukrainian Journalistic Discourse. *Social*

*Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1).

DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-8

Retrieved from

<https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

[e/view/21](https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21)

© Khorob S., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

### *Annotation*

**The purpose** of the article is to interpret the main determinants of the literary discussion of 1925–1928 years in the development of Ukrainian journalism during the XXth – early XXIst centuries.

**Research methods** that enable the implementation of the purpose and objectives: cultural-historical, comparative and hermeneutic, as well as the method of receptive aesthetics.

**Results and discussion.** The article examines the ways of transformation of key provisions from the pamphlets of Mykola Khvylovyi in the journalistic activity of the scientist Yurii Sherekh, the writer Oksana Zabuzhko and the theater director Vlad Troiitskyi. Ideas such as “psychological Europe”, “Asian renaissance” and “romance of vitalism” are taken into account.

It is proved that the concept of “psychological Europe” is significantly transformed in the works of Yurii Sherekh and Oksana Zabuzhko. Unlike Mykola Khvylovyi, the diaspora scholar notes the impossibility of such a value orientation, because provincialism as a central set of Ukrainians (according to Yurii Sherekh), in fact denies this possibility.

It is noted that Oksana Zabuzhko, on the other hand, continues to develop this determinant in her essays, agreeing with the pamphleteer, but in modern coordinates it is necessary to focus on psychological America, not Europe. Thus, two interpretive views on this concept are traced and substantiated that is complete denial and rewriting of the idea.

The comprehension of “Asian Renaissance” and the “romance of vitalism” determinants is interpreted through skepticism and the impossibility of these processes (Yurii Sherekh), through the addition of the concept – “Afro-Asian Renaissance” – to the unconscious support and relevance of the idea in modern Ukrainian processes.

**Conclusions.** The study confirms the development and longevity of the concepts that are implemented in journalism, because chronologically the article covered materials written in different periods – from the first decades of the twentieth century to the first decades of the twenty-first century.

**Key words:** journalism, pamphlets, literary discussion, concept, ideological transformation.



## ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСНОВНИХ КОНЦЕПЦІЙ ПАМФЛЕТИСТИКИ МИКОЛИ ХВИЛЬОВОГО В УКРАЇНСЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Соломія Хороб,**

*кандидат філологічних наук,*

*старший викладач кафедри журналістики*

*Прикарпатського національного університету*

*імені Василя Стефаника*

*(м. Івано-Франківськ, Україна)*

### Вступ

Знання й розуміння чільних процесів та концепцій з історії публіцистики допомагає усвідомити й простежити на сучасному етапі логіку розвитку, тенденції трансформації чи специфіку певної проблематики в цій групі журналістських жанрів. Публікації сучасних колумністів, есеїстів чи блогерів у період значущих суспільних змін усе більше спонукають звернутися до попередніх текстів задля ширшого й глибшого контексту, особливо до таких творів, які з'являлися у відносно подібних культурно-політичних обставинах. Дискусія, започаткована Миколою Хвильовим у 1925–1928 роках, при належному повторному прочитанні може спонукати до дослідження особливостей сучасної публіцистики в Україні. Головне завдання цієї праці не в тому, щоб ще раз проаналізувати проблемний аспект памфлетів письменника, а простежити, як саме він, цей аспект, оприявнюється в подальшому розвитку української публіцистичної діяльності різних десятиліть. У цьому вбачаємо актуальність і новизну такої постановки проблеми й наукової статті загалом.

Попередні праці. Явище літературної дискусії періоду 1925–1928 років є частиною історії не тільки української літератури чи журналістики, а й загального процесу розвитку суспільства, адже, починаючись зі специфічно ідейно-естетичних причин, «вона сконцентрувала енергію полемічних збурень на теренах художньої дійсності (...), порушила найсуттєвіше онтологічне питання (...) бути чи не бути українській нації як повноцінному суверенному явищу в контексті світового розвитку?» (Ковалів, 2014: 393). У такий спосіб дискусія вийшла за межі суто однієї літературної проблеми, втягуючи до обговорення та диспутів усе ширше коло інших аспектів суспільного життя. Тому доцільно розглядати попередні напрацювання із цієї проблематики зусібич. Закономірно, що теоретичні дослідження сутності публіцистики є базовими для обраної теми. Починаючи з наукових праць М. Шлемкевича (Шлемкевич, 1958), продовжуючи роботами В. Здорогеги (Здорогега, 1969), Й. Лося (Лось, 2008), І. Михайлина (Михайлин, 1998), О. Левкова (Левкова, 2008), Н. Стебліна (Стебліна, 2011), М. Титаренко (Титаренко, 2007) тощо.

Процес вивчення творчої діяльності Миколи Хвильового є складним, адже залежно від панівної ідеології про нього говорили то в політичному аспекті, то тільки крізь призму вульгарно-соціологічних трактувань, то як про письменника-модерніста. Його публіцистичний доробок переважно згадується й досліджується хіба в контексті його художньо-літературної діяльності. Тому ця частина його здобутків потребує ґрунтовного доповнення саме з точки зору журналістських, комунікативних методик. Звісно, певні напрацювання в такому аспекті наявні, але їх мало, хоча публіцистика Миколи Хвильового в історію української журналістики «вписана». Так, в «Історії української преси» автор розглядає ключові гасла памфлетів письменника під час аналізу радянської преси 1920–1939 років (Животко, 1999). Володимир Здорогега виділяє згадану дискусію як важливий «полемічний двобій» в українській журналістиці (Здорогега, 2008: 141). Значно докладніше – крізь призму засобів публіцистичної виразності та дієвості, де ключовими є комічне і

діалогізм, – осмислюється памфлетистика Миколи Хвильового в дисертації Микитенко Антоніни (Микитенко, 2005).

Одне з останніх досліджень ключових детермінантів дискусії 1925–1928 років ХХ століття вміщене в десятитомному виданні історії української літератури (Том 3, 2014 рік) за редакцією Юрія Коваліва (Ковалів, 2014). Суттєво доповнює ці дослідження наукова праця Марії Слюсаренко «Жанрово-комунікаційні особливості памфлетів Миколи Хвильового доби «Камо грядеши». Авторка переконливо доводить, що публіцистична творчість письменника відзначена «комунікаційним резонансом та результативною практичною дієвістю» (Слюсаренко, 2015: 16).

*Мета статті* – виявити та проаналізувати основні детермінанти в українській публіцистиці різних десятиліть ХХ–початку ХХІ століть, які трансформуються з літературної дискусії, започаткованої памфлетами Миколи Хвильового 1925–1928 років.

### Методи та методика дослідження

Об'єктом дослідження є публіцистичні праці, що написані в діапазоні 1925–2017 років, тому досягнення мети розвідки уможливають використання окремих методів. Наприклад, культурно-історичний – осмислення особливостей сучасної публіцистики крізь призму проблем, гасел, маніфестів 20–30-х років минулого століття, тобто культурно-історичного досвіду. Цей метод особливо близький до порівняльно-типологічного (або компаративного) – виявлення трансформації проблематики, доктрин, положень однієї доби в іншу, а також зіставлення текстів з історії публіцистики та сучасних її репрезентантів. Основне завдання публіцистики – інтерпретація останніх подій, тенденцій тощо. Саме тому герменевтичний метод важливий при аналізі, тлумаченні проблемно-ідейного аспекту текстів, що досліджуються.

### Результати та обговорення

Памфлетистика Миколи Хвильового – смілива й контроверсійна вже в постановці ключових проблем (не тільки тієї доби) із широким і дискусійним для свого часу обговоренням, є не завершена в часі та постійно оприявнюється в тій чи іншій модифікації в сучасних публіцистів. Не важливо, наскільки таке своєрідне продовження концепцій письменника є свідомим, запланованим чи несвідомим прийомом автора статті, тобто таким, що реципіюється в контексті маніфестів та гасел памфлетиста. Цю позицію виявляємо, проаналізувавши книгу есеїстики еміграційного вченого Юрія Шевельова «Думки проти течії» за 1949 рік, збірку есеїв письменниці та публіцистки Оксани Забужко «Хроніки від Фортінбраса» за 1999 рік та блоги театрального режисера Владислава Троїцького з 2014 року.

Літературну дискусію, базовану на памфлетах Миколи Хвильового, що свого часу переросла в ідейно-політичну, усталено можна звести до декількох центральних концепцій задля кращого й синтезованого розуміння цього явища. Ідеться про «романтику вітаїзму», «азіатський ренесанс», «психологічну Європу» та «червону просвіту», хоча, зрозуміла річ, тільки цією проблематикою памфлети письменника не обмежувалися. Можна й під іншим кутом сформулювати такі ідеї, як своєрідні дилеми: «Європа чи Просвіта?», «Європа чи Росія?», «Україна чи Малоросія?». Науковиця Раїса Мовчан підкреслює, що «діалог України з Європою завжди відбувався в контексті дихотомії загальнолюдського та національного» (Мовчан, 2009: 3). Така двоїстість дискусії, що відбулася в 1925–1928 роках, закономірна, адже має давнє коріння в українській традиції. Ураховуючи культурні, політичні та суспільні обставини 1920–1930 років, у яких формувалися вищезгадані ідеї, а також значний вплив тогочасних мислителів на світогляд публіциста (наприклад, Х. Ортега-і-Гассет чи

О. Шпенглер, Д. Донцов чи М. Зеров), їх рецепція на сучасному рівні може суттєво відрізнятись від першоджерела. Власне, навколо спроби простежити цю трансформацію буде вибудовуватися запропоноване дослідження.

Перш ніж перейти до безпосереднього аналізу, варто відзначити, що неодноразово дослідники вказували на непослідовність чи навіть роздвоєність у своїх поглядах самого Миколи Хвильового, хоча Юрій Ковалів усе ж таки акцентує на тому, що такі міркування «треба сприймати залежно від контексту мовлення та настрою мовця» (Ковалів, 2014: 403). Отже, завдання простежити трансформацію ідей М. Хвильового в подальшій українській публіцистиці ускладнюється інколи взаємозаперечністю своїх же позицій у межах літературної дискусії. І «...поняття стають образами, а образи дістають здатність утрачати чіткість контурів, мерехтати і, в цьому мерехтінні, взаємозаступатися» (Шерех, 1983: 23). Однак, беручи до уваги політично-ідеологічний контекст доби й конкретних років, що, по суті, пояснює, під тиском кого і в силу яких обставин певні тези переосмислювалися, відштовхуватимемося від усталеної інтерпретації основних тез у памфлетах Миколи Хвильового.

Одним із ключових детермінантів дискусії є «психологічна Європа», зокрема потреба орієнтації на неї. Зрозуміло, що така концепція символічна, адже Микола Хвильовий європейський простір ототожнює з міцною культурною традицією, яка може бути «необхідним «трампліном», із якого можна подолати «віковий епігонізм» української культури» (Мовчан, 2009: 5). Варто також пригадати існування у 20-х роках ХХ століття «теорії боротьби двох культур», за якою сильніша поглине слабшу (очевидно, що російська культурна традиція, за логікою ідеологів, мала б «виграти»). Тому шляхи розвитку української культури та орієнтація на іншу ментально-художню матрицю була продиктована багатьма обставинами, зокрема цією теорією. Концепція «психологічної Європи» розкривається через певний тип митця, культурного діяча, аналог чорнокнижника, «що показав нам грандіозну цивілізацію і відкрив перед нами безмежні перспективи» (Хвильовий, 1983: 173). І, власне, саме така характеристика нової людини «і є психологічна Європа, що на неї ми мусимо орієнтуватися» (Хвильовий, 1983: 173).

Першою постаттю, крізь публіцистику якої варто розпочати продовження ідей письменника, постає діаспорний учений і публіцист Юрій Шерех. У своїх статтях він прямо вказує на винятковість особистості Миколи Хвильового, зусібич його досліджує та використовує його концепції для інтерпретації. Явна інтертекстуальність зрозуміла ще в назві збірки публікацій – «Думки проти течії», тобто абсолютно ідентичної зі статтею памфлетиста. Виклад матеріалу здійснюється в монологічній формі та через діалоги самого автора та його «друга-хвильовиста». Зрозуміло, що есеїстика науковця базуватиметься на диспутах, на дискусійності, часто на абсолютній неприйнятності ідей, висловлених Миколою Хвильовим у літературній дискусії. Наріжною проблемою українського народу є провінціалізм, як стверджує у своїй публіцистичній діяльності Юрій Шерех. Власне, крізь це явище діаспорний науковець інтерпретує європеїзм в українських координатах.

Аналізуючи сучасні суспільства та їхній технологічний розвиток, есеїст висловлює думку, що саме рису провінціалізму ніколи не приймуть у такому модерному світі. «Українство весь час – прекраснодушне і замріяне, воно весь час стоїть поза своєю добою.(...) Тому наш європеїзм завжди відстає від Європи найменше на яких 30 років і наздогнати її не зможе» (Шерех, 1949: 67). Саме тому «ми крутимосся в колі старих і застарілих проблем – про гетьманську державу 1918 р., про неоклясиків, про Європу і ми, не виходячи поза коло Драгоманов – Хвильовий – Донцов – Липинський» (Шерех, 1949: 67). Видається, що така позиція продиктована еміграційним становищем Юрія Шереха, який, перебуваючи в різних культурних, інтелектуальних та наукових контекстах, десь ширше або під іншим кутом зору має можливість осмислювати події, ідеї та концепції, висловлені в Україні. Тому орієнтація на Європу не можлива через комплекс «самозакоханої

провінційності» (Шерех, 1949: 68). Розглядаючи цей аспект дискусії, її варто продовжити статтю Оксани Забужко «Психологічна Америка» і азіатський ренесанс, або знову про Карфаген», уміщену в збірці вибраних есеїв 90-х років «Хроніки від Фортінбраса». Зрозуміло, що назва тексту натякає на праці Миколи Хвильового, а також на щойно згаданого Юрія Шереха. Однак авторка не дискутує з памфлетистом, попри очевидний акцент на інший культурний простір, ніж той, який він пропонує. Оксана Забужко радше продовжує його погляди, беручи до уваги новий та сучасний для неї контекст, і поступово доводить доцільність такої «географічної» переорієнтації. Ключовою позицією авторки в статті є те, що сучасна Америка – це «не що інше, як дитя «психологічної Європи» в лабораторно чистому вигляді» (Забужко, 1999: 214). Усі ключові важливі процеси відбуваються саме на тому континенті, ось чому публіцистка пропонує орієнтуватися саме на цей культурний простір. Кризу теорію, яку запропонував О. Шпенглер про «світове місто», аналізуючи Нью-Йорк, Оксана Забужко доводить: такі локації об'єднані майбутнім, а не минулим (як це більш характерно для Європи). Сучасний світ, який щоразу більше глобалізується, потребує орієнтуватися на простір, який не боїться «утратити свою тожсамість» (Забужко, 1999: 218) чи усталену, традиційну форму при масштабній зміні, розширенні «кордонів», адже може приймати і сприймати абсолютно різні ідентичності, тим самим постійно перебувати в процесі змін і трансформації. Цю тезу згодом буде конкретизовано й доповнено, адже концепція «азіатського ренесансу» може реалізуватися тільки в таких «світових» містах.

Вищезгадане вибудовування авторської концепції Оксаною Забужко – психологічної Америки – засвідчує тяглість розвитку ідей, у тому числі висловлених у публіцистиці, чого явно не вистачає сучасним культурним, політичним чи суспільним процесам в Україні. Варто зауважити, що подібні ідейні позиції сьогодні можна віднайти принаймні в ще декількох публічних інтелектуалів, одним із яких є Євген Глібовицький. Його дописи особливо активно публікувалися в різноманітних інтернет-виданнях після Революції гідності. Власне, це та відправна точка, подія з подальшим ефектом, яка дозволила йому стверджувати: «...Українська ідентичність більше подібна на американську, ніж на європейську. Це не ідентичність походження – а ідентичність вибору» (Глібовицький, 2016). Подібні сентенції висловлювала Оксана Забужко про модерність і центровість саме американського способу мислення, де наявність спільного минулого перекривається об'єднаним свідомим вибором культурного й світоглядного розмаїття.

Ще один публіцист та відомий історик Ярослав Грицак подібно висловлюється щодо близькості американського континенту до України, але аргументує це, як і Оксана Забужко, через секулярну Європу та віруючу Америку (а також релігійні Південну Америку, Африку та Азію), із якою є більше спорідненостей, ніж здається на перший погляд. Саме тому Ярослав Грицак висловлює таку тезу: «Україна хоче бути європейською, але такою не є. За багатьма ознаками вона є більш схожою до Америки». Згодом він риторично запитує в блізі на «Новому часі» «Віра та постправа» (Грицак, 2017) про кризу ЄС, яка, можливо, криється саме у відмові від релігійності.

Таким чином, спостерігаємо, що концепція «психологічної Європи», висловленої фактично століття тому Миколою Хвильовим, фундаментально перепрочитана українськими публіцистами в багатьох контекстах: культурному, політичному, християнському тощо.

Наступні важливі концепції в дискусії памфлетиста, які тісно взаємопов'язані, – «романтика вітаїзму» та «азіатський ренесанс». Суть останньої полягає у формуванні сприятливих обставин для реалізації тих культур, тих національностей, які не мали змоги вповні себе проявляти (переважно йдеться про колонізовані народи). «Ми розуміємо його, як велике духовне відродження азіатськи-відсталих країн. Він мусить прийти (...), бо ідеї комунізму бродять примарою не стільки по Європі, скільки по Азії, бо Азія, розуміючи, що тільки комунізм звільнить її від економічного рабства, використає мистецтво як бойовий

чинник» ( Хвильовий, 1983: 100). У цьому ж памфлеті «Про Коперника з Фрауенбургу, або абетка азійського ренесансу в мистецтві» Микола Хвильовий, розвиваючи думку про майбутню модель культури, пише про романтику вітаїзму як про суму «нового споглядання, нового світовідчуття, нових складних вібрацій. (...) З України воно мусить перекинутися у всі частини світу й відограти там не домашню ролю, а загальнолюдську» (Хвильовий, 1983: 104). Доведено, що таку думку висловлено під впливом праці Освальда Шпенглера «Присмерк Європи», який писав, що всі можливі Ренесанси в Європі вже відбулися, тому черга на відродження, розквіт тепер належить усім тим, хто не зробив цього досі.

Грунтовно проаналізувавши концепти літературної дискусії 1925–1928 рр., діаспорний учений Юрій Шерех в іронічній манері дискутує із цими ж тезами. Аргументація своєї позиції науковцем відбувається через опис фізичного закону злучених посудин, під час якого він проявляє досить скептичне ставлення до концепції «азійського ренесансу». «Якщо існує в стосунках дві системи, – вони завжди вирівнюються – і то завжди на рівні гіршої» (Шерех, 1949: 54) «Якщо вірити в резерви Азії, то треба пам'ятати, що вони незаймані тільки доти, доки не вийшли з ізоляції і не вступили в бій з представниками системи функційності. (...) Вступивши в бій, вони вже хоч би в силу логіки боротьби почнуть переймати систему ворога» (Шерех, 1949: 54). Отже, публіцист ставить риторичне запитання: як може відбутися таке культурне відродження в межах функційної системи? Варто нагадати, що «азійський ренесанс», за переконанням Миколи Хвильового, тісно пов'язаний із впровадженням комунізму. Саме з такої позиції Юрій Шерех вважає цю концепцію суперечливою й нездійсненною.

В іншому аспекті трактує цю тему Оксана Забужко. Вона знову ж таки, демонструючи знання цих теорій, а також погоджуючись із такою тезою, усе ж таки додає до неї ще один компонент (але з урахуванням орієнтації не на Європу, а на Америку) – «афро-азійський ренесанс», який буде реалізовуватися Нобелівськими лауреатами відповідного походження, письменниками, які, «володіючи всім спектром традиційно-європейських, «західних» культурних кодів, несуть між тим у собі віками тяжко громаджений, непроговорений, але й незатлумлений, іще поганський духовний потенціал своїх зіпханих з автостради «всесвітньої історії» народів» (Забужко, 1999: 219). Таке формулювання концепції, безумовно, дещо трансформує першобазу, однак тут (у статті) саме в цьому ключі не прописаний шлях для України. Це радше інтерпретація ідей М. Хвильового у світовому контексті.

«Заповнюють» цю прогалину блоги театрального режисера та драматурга Владислава Троїцького, який нерідко дописує на сайти «Новое время» та «Українська правда». Основна тематика його статей – це культура й культурна політика, культурні інституції та стратегії, а також специфіка й зміна світогляду українців у ціннісному аспекті останніх років (починаючи з 2014 року). Блог «Україна – вікно звитяг» (за 23 липня 2016 року), очевидно, несвідомо підтверджує актуальність концепцій «азійського ренесансу» та «романтики вітаїзму» М. Хвильового. У центрі блогового допису деякі рефлексії режисера після гастролей Європою, де чітко артикулюється песимістичне чи навіть катастрофічне невдоволення сучасним життям. В Україні, за спостереженням Владислава Троїцького, «багато хто очікує, що завтра буде краще. Що за місяць, рік чи десятиліття ми отримаємо більше можливостей. Це певною мірою вигідно відрізняє Україну від Європи, хоч і парадоксально: ситуація гірша, але очікування набагато кращі» (Троїцький, 2016). Очевидно, нереалізований творчий та людський потенціал закладає основу для вітаїстичності нації.

Особливо відчутно така риса проявляється в період важливих суспільних змін, що легко можна простежити в продукуванні та сприйнятті культурного розмаїття після 2014 року. Владислав Троїцький доводить, що під таким кутом зору Україна «може стати унікальним майданчиком, де сформується вікна у майбутнє, куди зможуть приїжджати люди з усього світу» (Троїцький, 2016). Географічне розташування країни також може зіграти не останню роль, бо Україна може стати «таким з'єднувальним містком між Росією,

Заходом, навіть мусульманським і китайськими світами» (Троїцький, 2016). Таким чином, наша територія може (і має всі підстави для цього) бути простором на перетині багатьох важливих шляхів, де зможуть себе реалізувати з одного боку – азійського – народи все ще колонізовані (або постколонізовані), а з іншого – європейського, західного – нації, у яких уже пік творчої можливості – Ренесанс – відбувся давно. Прямих, безпосередніх алузій до концепцій Миколи Хвильового автор блогу не подає, однак вони тут є. По суті, режисер продовжив інтерпретацію детермінанта з дискусії 1925–1928 рр., тільки вже з урахуванням нового українського та європейського контексту.

Звісна річ, стаття не вичерпує задекларованої проблеми. Незважаючи на аналіз концепцій «психологічної Європи» крізь призму есеїстики Юрія Шереха та Оксани Забужко, входження до Європи – ціннісної, правової, ментальної, культурної – останніми роками (у силу різних суспільно-політичних подій) набуває більшої обговорюваності й актуальності. Цей корпус публіцистичних текстів залишився поза увагою автора цієї статті. Детермінанти «азіатського ренесансу» та «вітаїзму» можна проаналізувати в більшій кількості сучасних колумністів чи есеїстів, у яких головною темою є культура. «Культурна» журналістика сьогодні представлена багатьма виданнями, інтернет-сайтами, телепрограмами (зокрема, на каналі «UA: Перший») чи подкастами, через які артикулюються теми, дотичні до концепцій Миколи Хвильового. Звісно, гасло «Геть від Москви!» і все, що пов'язане з відмовою орієнтації на Росію, у статті згадувалося побіжно, тому цю тезу памфлетиста варто докладніше проаналізувати в окремій науковій студії з урахуванням великого корпусу сучасних публіцистичних матеріалів на цю тему.

Вибір публіцистів для запропонованого дослідження обумовлений доречністю хронологічно охопити великий часовий простір: тези, які висловлені на початку століття, у перших його десятиліттях, інтерпретуються в 1949 році, тобто в середині минулого віку, згодом у 90-х роках, завершення століття, та фінальна дата – сучасний для нас контекст. Тож спорадично охоплено майже 100 років інтерпретації літературної дискусії, започаткованої Миколою Хвильовим. Безумовно, є ще публіцисти, які доречно можуть бути включені до такого дослідження, тому ця стаття носить характер більше постановки проблеми й загального окреслення можливих способів наукового осмислення, аніж вичерпного дослідження.

## Висновки

Отже, у статті досліджено шляхи трансформації ідей літературної дискусії 1925–1928 років, яка системно реалізовувалася в циклах памфлетів Миколи Хвильового. Зосереджено увагу на трьох важливих концепціях: «психологічній Європі», «азіатському ренесансі» та «романтиці вітаїзму». Простежено процеси подальшої інтерпретації ключових положень в українській публіцистиці на прикладі есеїстики мовознавця та літературознавця Юрія Шереха-Шевельова «Думки проти течії», збірки вибраних есеїв Оксани Забужко «Хроніки від Фортінбраса» та блогів культурного діяча Владислава Троїцького на сайті «Новое время». Проаналізовано специфіку осмислення концепції «психологічної Європи» у працях Юрія Шереха, який заперечує можливість орієнтації на європейський простір. Діаспорний науковець доводить свою позицію через аналіз провінціалізму як центрального комплексу українців (на переконання Юрія Шереха), що й унеможливорює реалістичність вищезгаданої думки про Європу Миколи Хвильового.

У діяльності Оксани Забужко теза памфлетиста перепрочитана й переакцентована з позиції кінця ХХ століття та пропонується власна авторська концепція – «психологічна Америка», розвиток якої зараз суголосніший із розвитком суспільної орієнтації нашої країни. Подібні розмісли, які підтверджують актуальність і доречність думок есеїстки, виявлені в

публікаціях окремих сучасних колумністів: Євгена Глібовицького та Ярослава Грицака, що й доводить тяглість у використанні знакових копцепцій у світлі дискусії 1925–1928 років.

Доведено, що наступні положення памфлетистики Миколи Хвильового: «азіатський ренесанс» та «романтика вітаїзму» – взаємопов'язані. Скептичне ставлення до цих детермінантів сформовано в публіцистиці Юрія Шереха через метафоричне порівняння цих означень із фізичним законом злучених посудин. Згідно з такою позицією суспільство «не допустить» реального розквіту колонізованих культур попри їх очевидну вітаїстичність. У концепції Оксани Забужко витворюється доповнене явище – «афро-азіатський ренесанс». На сучасному етапі розвитку публіцистичної думки в Україні спостерігаємо крізь призму блогів Владислава Троїцького підтримку (непряму) та продовження ідей Миколи Хвильового, але з урахуванням нового контексту. Таким чином, аргументовано, що ключові концепції з літературної дискусії 1925–1928 років, по суті, упродовж століття зазнали різноманітної рецепції – від гострої критики, заперечення та загального несприйняття до повторного прочитання, доповнення та продовження ідей. Прикметно, що підтримку тез із памфлетистики Миколи Хвильового виявлено найбільше саме в сучасному корпусі публіцистичних текстів.

## Література

- Глібовицький, Є. (2016). *Українці більше схожі на американців, ніж на європейців*. [https://zaxid.net/ukrayintsi\\_bilshe\\_shozhi\\_na\\_amerikantsiv\\_nizh\\_na\\_yevropeytsiv\\_n1390139](https://zaxid.net/ukrayintsi_bilshe_shozhi_na_amerikantsiv_nizh_na_yevropeytsiv_n1390139)
- Грицак, Я. (2017). *Віра і постправда*. <https://nv.ua/ukr/opinion/vira-i-postpravda-980487.html>
- Грицак, Я. (2016). *Основним джерелом змін – є зміна поколінь*. [https://zaxid.net/osnovnim\\_dzherelom\\_zmin\\_je\\_zmina\\_pokolin\\_n1396393](https://zaxid.net/osnovnim_dzherelom_zmin_je_zmina_pokolin_n1396393)
- Животко, А. (1999). *Історія української преси*. Київ : Наша культура і наука.
- Забужко, О. (1999). *Хроніки від Фортінбраса. Вибрана есеїстика 90-х*. Київ : Факт.
- Здоровега, В. (1969). *У майстерні публіциста*. Львів.
- Здоровега, В. (2008). *Теорія і методика журналістської творчості*. Львів : ПАІС.
- Ковалів, Ю. (2014). *Історія української літератури: кінець XIX – поч. XXI ст. У сподіваннях і трагічних зламах (Т.3)*. Київ: Видавничий центр «Академія».
- Левкова, О. (2008). *Сучасна політична публіцистика та динаміка світоглядних орієнтацій людини (за матеріалами українських, російських та білоруських публіцистів 1991–2005 рр.) (Дис. канд. наук із соц. ком.)*. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ.
- Лось, Й. (2008). *Публіцистика й тенденції розвитку світу (У 2-х ч.) (Ч. 1)*. Львів : ПАІС.
- Микитенко, А. (2005). *Засоби публіцистичної виразності та дієвості (на матеріалах памфлетів і нарисів Миколи Хвильового)*. (Дис. канд. філол. наук). Київ.
- Михайлин, І. (1998). *Основи журналістики*. Харків : Харківський державний університет.
- Мовчан, Р. (2009). «Європа і ми»: колізії та особливості українського окциденталізму 1920-х років. *Слово і Час*, 1, 3–16.
- Слюсаренко, М. (2015). *Жанрово-комунікаційні особливості памфлетів Миколи Хвильового доби «Камо грядеши» (Дис. канд. наук із соц. ком.)*. Київ.
- Стебліна, Н. (2011). *Сучасна українська письменницька публіцистика у варіанті виступів О. Забужко, Т. Прохаська, Ю. Андруховича (Дис. канд. наук із соц. ком.)*. Київ.
- Титаренко, М. (2007). Феномен публіцистики: проблема дефініцій. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, Вип. 30, 41–50.
- Троїцький, В. (2016). *Україна – вікно звитяг*. <https://nv.ua/ukr/opinion/ukrajina-vikno-smilivistju-178331.html>
- Хвильовий, М. & Костюк, Г. (Ред.). (1983). *Твори (У 5-ти т.) (Т. 4)*. Нью-Йорк, Балтімор, Торонто: «Смолоскип» ім. В. Симоненка.

- Шерех, Ю. (1949). *Думки проти течії*. Видавництво «Україна».
- Шерех, Ю. (1983). *Про памфлети Миколи Хвильового*. Г. Костюк (Ред.), *Твори (V 5-ти т.)* (Том 4). (с. 7–63). Нью-Йорк, Балтімор, Торонто: «Смолоскип» ім. В. Симоненка.
- Шлемкевич, М. (1958). Новочасна потуга (ідеї до філософії публіцистики). *Верхи життя і творчості*. Нью-Йорк, Торонто, Т. 5, 111–112.

## References

- Glibovytsky, E. (2016). *Ukrainci bilshе skhozhi na amerykantsiv, nizh na yevropeitsiv [Ukrainians are more like Americans than Europeans]*. [https://zaxid.net/ukrayintsi\\_bilshе\\_shozhi\\_na\\_amerikantsiv\\_nizh\\_na\\_yevropeitsiv\\_n1390139](https://zaxid.net/ukrayintsi_bilshе_shozhi_na_amerikantsiv_nizh_na_yevropeitsiv_n1390139) [in Ukrainian].
- Hrytsak, J. (2017). *Faith and post-truth [Vira i postpravda]*. <https://nv.ua/ukr/opinion/vira-i-postpravda-980487.html> [in Ukrainian].
- Hrytsak, J. (2016). *Osnovnym dzherelom zmin – ye zmina pokolin [The main source of change is the change of generations]* [https://zaxid.net/osnovnim\\_dzherelom\\_zmin\\_je\\_zmina\\_pokolin\\_n1396393](https://zaxid.net/osnovnim_dzherelom_zmin_je_zmina_pokolin_n1396393) [in Ukrainian].
- Zhyvotko, A. (1999). *Istoriia ukrainskoi presy [History of the Ukrainian press]*. Kyiv : Nasha kultura i nauka [in Ukrainian].
- Zabuzhko, O. (1999). *Khroniky vid Fortinbrasa. Vybrana eseistyka 90-kh. [Chronicles of Fortinbras. Selected essays of the 90's.]*. Kyiv : Fakt [in Ukrainian].
- Zdoroveha, V. (1969). *U maisterni publitsysta [In the publicist's workshop]*. Lviv [in Ukrainian].
- Zdoroveha, V. (2008). *Teoriia i metodyka zhurnalistskoi tvorchosti. [Theory and methods of journalistic creativity]*. Lviv : PAIS [in Ukrainian].
- Kovaliv, Yu. (2014). *Istoriia ukrainskoi literatury: kinets XX-poch. XXI st. U spodivanniakh i trahichnykh zlamakh (T.3) [History of Ukrainian literature: the end of the XIX-beginning. XXI century. In hopes and tragic breaks (Vol. 3)]*. Kyiv : Vydavnychiy tsentr «Akademiia» [in Ukrainian].
- Levkova, O. (2008). *Suchasna politychna publitsystyka ta dynamika svitohliadnykh oriientsii liudyny (za materialamy ukrainskykh, rosiyskykh ta biloruskykh publitsystiv 1991–2005 rr.) [Contemporary political journalism and dynamics of human worldviews (based on materials of Ukrainian, Russian and Belarusian publicists 1991–2005)]*. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
- Los, Y. (2008). *Publitsystyka y tendentsii rozvytku svitu [Journalism and trends in world development]*, (U 2-ch.). (Ch. 1). Lviv : PAIS [in Ukrainian].
- Mykytenko, A. (2005). *Zasoby publitsystychnoi vyraznosti ta diievosti (na materialakh pamfletiv i narysiv Mykoly Khvylovoho) [Means of journalistic expressiveness and effectiveness (based on pamphlets and essays by Mykola Khvylovy)]*. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
- Mykhailyn, I. (1998). *Osnovy zhurnalistyky [Fundamentals of Journalism]*. Kharkiv: Kharkivskiy derzhavnyi universytet [in Ukrainian].
- Movchan, R. (2009). «Європа і ми»: колізії та особливості українського оксиденталізму 1920-х років. ["Europe and We": Collisions and Peculiarities of Ukrainian Occidentalism of the 1920s]. *Slovo i Chas*, 1, 3–16 [in Ukrainian].
- Sliusarenko, M. (2015). *Zhanrovo-komunikatsiini osoblyvosti pamfletiv Mykoly Khvylovoho doby «Kamo hriadeshy» [Genre and communicative features of M. Hvylyoviy's pamphlets during "Kamo gryadeshi" period]*. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].
- Stebлина, N. (2011). *Suchasna ukrainska pysmennytska publitsystyka u varianti vystupiv O. Zabuzhko, T. Prokhaska, Yu. Andrukhovycha [Contemporary Ukrainian literary journalism in the form of speeches by O. Zabuzhko, T. Prokhaska, Yu. Andrukhovich]*. Extended abstract of Candidate's thesis. Kyiv [in Ukrainian].



- Tytarenko, M. (2007). Fenomen publitsystyky: problema definititsii. [The phenomenon of journalism: the problem of definitions]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia zhurnalistyka*, Vyp. 30, 41–50 [in Ukrainian].
- Troitskyi, V. (2016). *Ukraina – vikno zvytiakh [Ukraine is a window to victory]*. <https://nv.ua/ukr/opinion/ukrajina-vikno-smilivistju-178331.html> [in Ukrainian].
- Khvylovyi, M. (1983). *Tvory (U 5 t.). (Tom 4) [Works (In 5 vol.) (Vol. 4)]*. In: Kostiuk, H. (Red.) New York, Baltimore, Toronto: «Smoloskyp» im. V. Symonenka [in Ukrainian].
- Sherekh, Yu. (1949). *Dumky proty techii [Thoughts against the flow]*. Vydavnytstvo «Ukraina» [in Ukrainian].
- Sherekh, Yu. (1983). Pro pamflety Mykoly Khvylovoho [About Mykola Khvylovy's pamphlets]. In H. Kostiuk (Red.), *Tvory (U 5 t.). (Tom 4) [Works (In 5 vol.) (Vol. 4)]*. (s.7–63). New York, Baltimore, Toronto: «Smoloskyp» im. V. Symonenka [in Ukrainian].
- Shlemkevych, M. (1958). Novochasna potuha (idei do filosofii publitsystyky) [Modern power (ideas to the philosophy of journalism)]. *Verkhy zhyttia i tvorchosti*. Niu-York, Toronto, T.5, 111–112 [in Ukrainian].

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСНОВНИХ КОНЦЕПЦІЙ ПАМФЛЕТИСТИКИ МИКОЛИ ХВИЛЬОВОГО В УКРАЇНСЬКОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

**Хороб Соломія,**

кандидат філологічних наук,

старший викладач кафедри журналістики

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

(м. Івано-Франківськ, Україна)

### **Анотація**

**Мета** статті – інтерпретація основних детермінантів літературної дискусії 1925–1928 рр. у розвитку української публіцистики.

**Методи** дослідження, які уможливають здійснення поставлених мети та завдань: культурно-історичний, компаративний та герменевтичний.

**Результати й обговорення.** У статті досліджено переосмислення ключових положень із памфлетів Миколи Хвильового в публіцистичній діяльності вченого Юрія Шереха, письменниці Оксани Забужко й театрального режисера Влада Троїцького. Доведено, що концепція «психологічної Європи» суттєво трансформована в працях Юрія Шереха (повне заперечення) та Оксани Забужко (переписування ідеї).

Інтерпретовано осмислення детермінантів «азіатського ренесансу» та «романтики вітаїзму» через скептецизм і неможливість цих процесів (Юрій Шерех), через доповнення концепції – «афро-азіатський ренесанс» – до несвідомої підтримки та продовження актуальності ідеї (Владислав Троїцький) у сучасних українських процесах.

**Висновки.** Проведене дослідження підтверджує розвиток, тяглість концепцій, які реалізовані в публіцистиці, адже хронологічно стаття охопила праці, написані в різний часовий проміжок – від перших десятиліть ХХ століття до перших десятиліть ХХІ століття.

На сучасному етапі розвитку публіцистичної думки в Україні спостерігаємо крізь призму блогів Владислава Троїцького підтримку (непряму) та продовження ідей Миколи Хвильового, але з урахуванням нового контексту. Таким чином, аргументовано, що ключові концепції з літературної дискусії 1925–1928 років, по суті, упродовж століття зазнали

*різноманітної реценції – від гострої критики, заперечення та загального несприйняття до повторного прочитання, доповнення та продовження ідей.*

**Ключові слова:** *публіцистика, памфлети, літературна дискусія, концепція, ідейна трансформація.*

*Submitted to the editor – 01.04.2021*

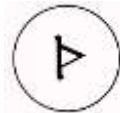
*Reviewed – 15.06.2021*

*Accepted for printing – 10.07.2021*

*Подано до редакції – 01.04.2021*

*Рецензовано – 15.06.2021*

*Прийнято до друку – 10.07.2021*



## SOCIAL COMMUNICATIONS IN PSYCHO-, SOCIOLINGUISTICS

### СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В ПСИХО-, СОЦІОЛІНГВІСТИЦІ

#### A PSYCHOLINGUISTIC STUDY OF THE “THEORY OF MIND” OF TURKISH BILINGUAL CHILDREN

**Hristo Kyuchukov,**  
Doctor of Sciences in Pedagogy,  
Professor,  
E-mail: [hkyuchukov@gmail.com](mailto:hkyuchukov@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0002-1965-8908>;  
University of Silesia  
in Katowice,  
Bankowa 12,  
Katowice,  
Poland, 40-007.

*Citation:*  
Kyuchukov, H. (2021). A Psycholinguistic Study of the “Theory of Mind” of Turkish Bilingual Children. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-9 Retrieved from <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Kyuchukov H., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

#### Annotation

*This article presents the results of a study with Turkish preschool bilingual children living in Berlin, Germany. This article aims to examine the influence between the level of proficiency in the mother tongue (first language L1) and the official language (second language L2) on the one hand and the “theory of mind” on the other, or more precisely, how the lexical knowledge of L1 and L2 and the understanding of interrogative sentences used with a verb indicating mental states helps to understand the ToM.*

**Research methods and techniques.** *The study included 18 Turkish-German bilingual children attending a kindergarten in Berlin, Germany. The children were divided into two age groups: 1 g of 4–5 year-olds (8 children) and 2 gr. of 5-6 year-olds (10 children) and were tested in their native Turkish and then in German. The testing was performed in the kindergarten in a separate room, where only the experimenter and the examined child were present. The children are offered the classical tests for “theory of mind”, as well as language tests related to the comprehension of interrogative sentences, containing a verb showing a mental state and comprehension and production of vocabulary in native Turkish and German as a second language for them.*

**The results** *show that vocabulary is not an important factor, and mastery of interrogative sentences is the factor that helps to understand the “theory of mind”. The results obtained were analyzed statistically by means of the t-test. Children with German-Turkish bilingualism understand the vocabulary of their mother tongue well and it is obviously in their passive vocabulary, but this knowledge has not yet passed into their active vocabulary. German vocabulary predominates in the children's active vocabulary. With regard to the level of mastery of interrogative sentences, children are equally good at interrogative sentences in both languages.*

**Key words:** *theory of mind, Turkish language, bilingualism, psycholinguistics.*

## Introduction

Turkish children living in Germany are monolingual entering the Kindergarten. German Turks are third- or fourth- generation migrants from Turkey. They grow up in a bilingual environment – at home they speak Turkish or variants of the Turkish language, and in kindergarten and school they learn German as a second language. Very often, from an early age in kindergarten, they start learning another language, such as English, and thus they grow up as multilinguals, not as bilinguals. Bilingualism is the subject of research by sociolinguistics and psycholinguistics. In this article we will look at bilingualism from a psycholinguistic point of view. We are interested in the psychological processes that accompany the children from an early age, when they learn two languages simultaneously – mother tongue and official, and how this helps to understand the “theory of mind” (ToM). The “theory of mind” is the child's ability to understand the intentions of the speaker, including when the speaker is telling the truth, when (s)he is joking or lying. In the English language psycholinguistic literature, this problem has been discussed many times, considering different types of bilingualism (i.e. different languages in contact) and their relation to the “theory of mind”. In the Bulgarian psycholinguistic literature, this problem is almost never considered and there is no research on how bilingualism and the “theory of mind” are related. F. Grosjean (Grosjean, 2013) says that for many scholars, “language use” is the determining factor in bilinguals: bilingualism is the use of two or more languages in everyday communication. This definition includes the use of both dialects and languages. According to them, bilingualism presupposes a balanced command of both languages. In the view of A. de Groot (De Groot, 2011: 3), the study of bilingualism can be divided into three main areas, which are directly compared to the three main lines of study within traditional psycholinguistics. “The first looks at how speakers understand the language; the second examines how language is produced. The main difference between traditional psycholinguists and bilingual research is that they test bilingualism and question how the fact that they speak more than one language affects the way they proceed with the language. The third main line of training is language acquisition and can be divided into two subzones. The first examines the simultaneous acquisition of two languages from birth and compares with the acquisition of only one language. The second is related to the acquisition of a second language, since the first has already been partially or completely mastered”.

For F. Grosjean (Grosjean, 2008: 10–12), the partial consideration of bilingualism has a number of consequences, which he summarizes as follows: (a) bilinguals shall be described and evaluated in relation to the fluency in both languages. (b) the language skills of bilinguals almost always match the standards for monolinguals. (c) the effect of bilingualism has been carefully studied. (d) the contact of the two languages in bilinguals is considered unusual. (e) the study of bilingualism has for the most part been carried out in relation to the individual and different languages spoken by bilinguals. (f) bilinguals rarely assess their language competence as adequate.

P. Goetz (Goetz, 2003) examines whether an individual's linguistic knowledge, either as a speaker of a particular language or as a bilingual, influences ToM development. Three- and four-year-old English monolinguals, Mandarin Chinese monolinguals, and Mandarin-English bilinguals are given appearance-reality, level 2 perspective-taking, and false-belief tasks. All children are tested twice, a week apart; the bilinguals are tested in each of their languages. The 4-year-olds in each group performed significantly better than the corresponding 3-year-olds. Both monolingual groups perform similarly on the tasks, and the bilinguals performed significantly better than the monolingual groups, although when the two testing times are examined separately, they had only a near-significant tendency to perform better at the second testing time. Possible explanations for this evidence of a bilingual advantage are greater inhibitory control, greater meta-linguistic understanding, and a greater sensitivity to sociolinguistic interactions with interlocutors.

B. Yagmurlu, S. Berumen, and S. Celimli (Yagmurlu, Berumen & Celimli, 2005) investigated the role of early context in theory of mind development. Study with institutionalized children living in a boarding home ( $n = 34$ ) in Turkey are compared to home-reared children coming from low ( $n = 32$ ) and middle socioeconomic backgrounds ( $n = 44$ ). Theory of mind is assessed with one deception and three false belief tasks; Peabody PVT and Raven CPM are administered to control for language and nonverbal intelligence. Results indicated that the context effects the home-reared children to perform better than institution-reared children on theory of mind tasks. Hierarchical regression analysis reveals that the institution rearing/adult-child ratio predicts theory of mind performance even after age, socioeconomic background, language and nonverbal intelligence are accounted for. Findings suggest the significance of adult-child interaction for ToM development.

Another study by B. Kaysili and F. Acarlar (Kaysili & Acarlar, 2011) examined the role of age in the false belief understanding in typically developing Turkish children and to determine if the different type of false belief tasks affects performance on false belief. False belief understanding was measured in 72 children between the ages of 3.00 to 5.11 years old. The sample consisted of 12 children in each age group, and age groups were divided into six-month periods. Four false belief tasks were conducted. The findings of this study indicate that the false belief understanding of Turkish-speaking children between the ages of 3.0 to 5.11 years old had some similarities as well as differences to children speaking languages other than Turkish. Three-year-old children seemed to have developed an understanding of their own false belief before they developed a clear understanding of others' false belief. It was clear that the rapid change of understanding false belief seemed to have appeared at 4.6 years old.

B. Selcuk, K. Brink, M. Ekerim, and H. Wellman (Selcuk, Brink, Ekerim & H. Wellman, 2018) examined the sequence of theory of mind (ToM) acquisition in 260 Turkish children. Children involved in the study were from five different cities in Turkey. Their ToM skills were measured using a ToM Scale, which probes various mental state understandings from diverse desires to hidden emotions. The children demonstrated the traditional, collectivist ToM acquisition pattern with earlier understanding of knowledge access than diverse beliefs, not the more Western, individualist pattern evident in the United States, Australian, and German children. Gender, socioeconomic status (SES), and the number of adults living in the home influenced the pace of children's ToM acquisition. The results contribute to a fuller sociocultural understanding of ToM development, including examination of variations within a single heterogeneous developing country. They also further suggest the importance of exposure to different ideas and beliefs in large households for earlier understanding of varying belief states.

The studies mentioned above were conducted mainly with monolingual Turkish children, speakers solely of Turkish. However, in Europe there are large communities of Turkish bilinguals and the studies and research with bilingual Turkish-speaking children are limited. H. Kyuchukov (Kyuchukov, 2006) did a study also with Turkish-Bulgarian bilingual children and the influence of the evidentiality on the understanding of ToM tasks. The influence of the understanding of the L1 false belief task on L2 false belief tasks was observed.

This article aims to examine the influence between the level of proficiency in the mother tongue (first language L1) and the official language (second language L2) on the one hand and the "theory of mind" on the other, or more precisely, how the lexical knowledge of L1 and L2 and the understanding of interrogative sentences used with a verb indicating mental states helps to understand the ToM.

Our working hypothesis was that mastering a certain vocabulary and interrogative sentences with a mental verb of L1 or L2 will also help to understand the tasks of the "theory of mind" of L1 or L2, respectively.

## Research methods and techniques

The study included 18 Turkish-German bilingual children attending a kindergarten in Berlin, Germany. The children were divided into two age groups: 1 g of 4–5 year-olds (8 children) and 2 gr. of 5-6 year-olds (10 children) and were tested in their native Turkish and then in German. The testing was performed in the kindergarten in a separate room, where only the experimenter and the examined child were present.

### Tests

Two types of tests were used. The first type of tests is the classic ToM tests. The first test is related to the so-called “unexpected content”. The child is shown a box of chocolates and asked what is in it. Once the answer is received, the box is opened and it is seen that there is a pencil in the box, for example. The child wonders what (s)he thought when he saw the box at the beginning and what (s)he thought after seeing what was inside the box.

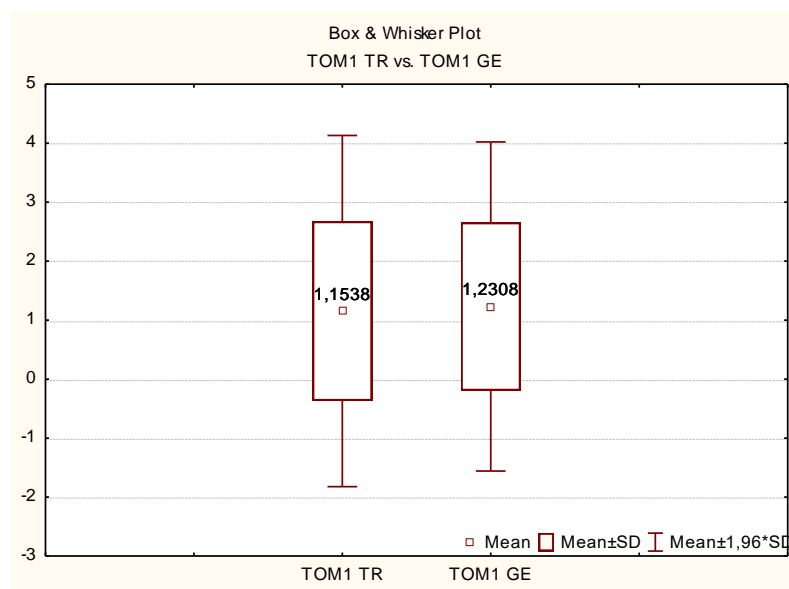
The second test of the ToM is related to the change of place of an object. Two toys are placed as an object in a container, after which one of them leaves the place where the second toy moves the object from the container where they put it together to another place. When the first character returns to the stage where the action takes place, the child is asked where the first toy will look for the object.

The second type of tests are language tests, which measure children's knowledge of Turkish and German. These tests include knowledge of a particular vocabulary and knowledge of interrogative sentences with the verb “I say” indicating mental states.

## Results and discussion

The t-criterion was used for the analysis of the obtained data when comparing the test results in Turkish and German. Figure 1 shows the results of the first ToM test. The test was for unexpected content. As can be seen from Fig/ 1`, children do equally well with this test in both native Turkish and German. The differences were not statistically significant ( $t = -0.162578$ ;  $p > 0.05$ ).

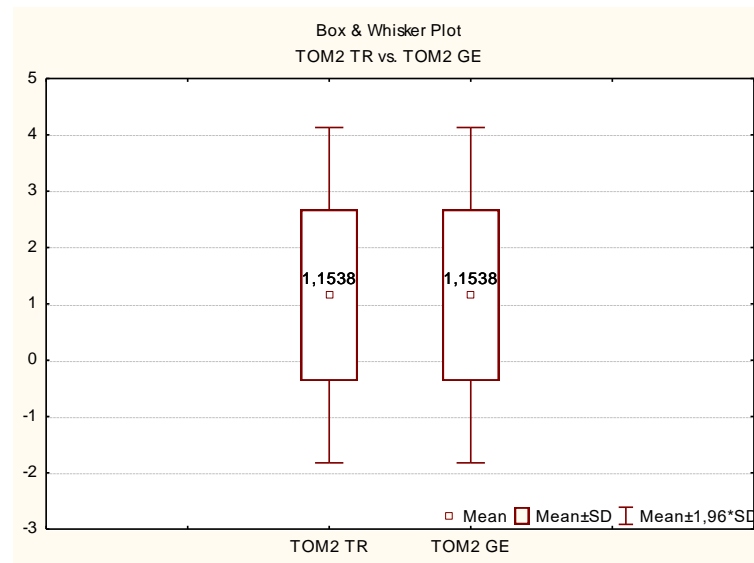
Figure 1. Results of the first ToM test for unexpected content



The second test for ToM, in which the characters change the location of the object, also shows that the differences are not statistically significant in the two languages ( $t = 00$ ;  $p > 0.05$ ). The

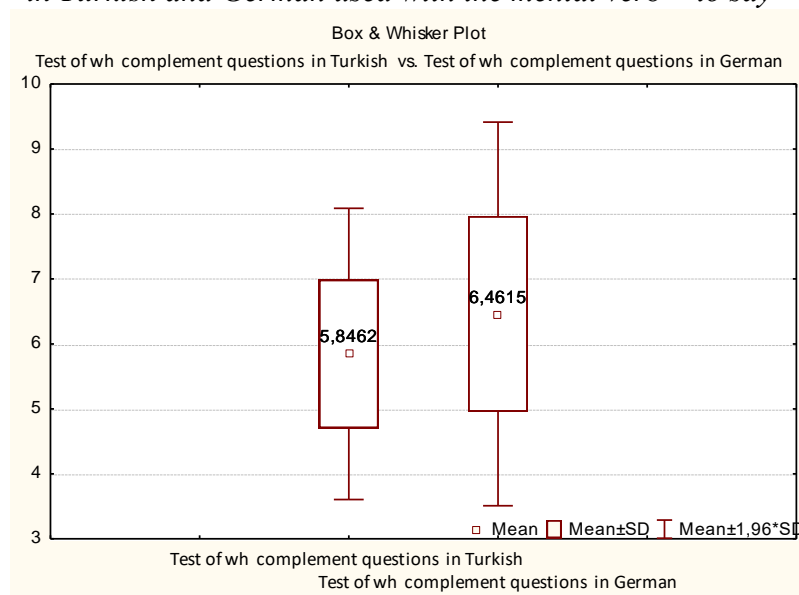
children understand this test equally well in both Turkish and German, and this is shown in Figure 2.

*Figure 2. Results of the second test of ToM for changing the location of the object*



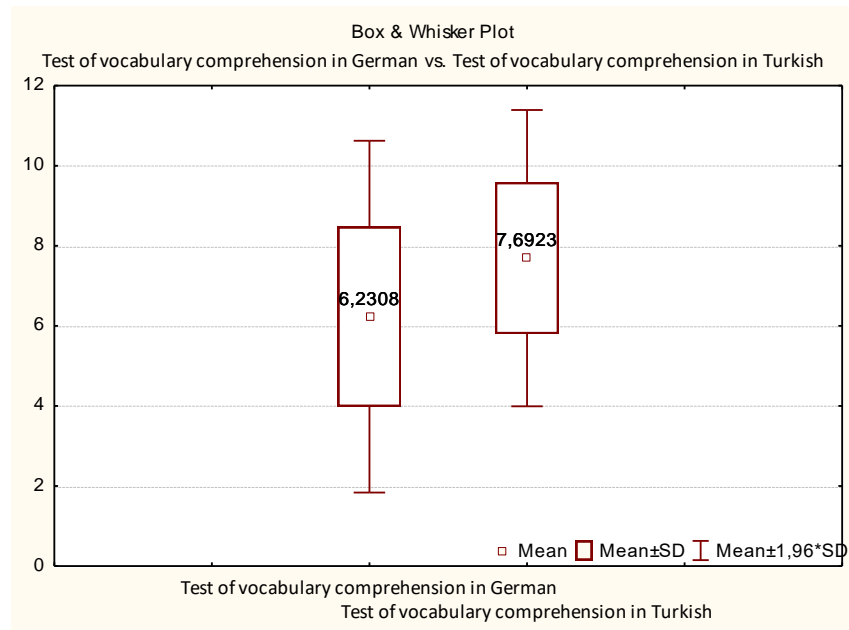
Let us look at how children cope with language tasks. Figure 3 shows the results of the execution of the interrogative sentences used with the verb “to say”.

*Figure 3. Results of the test for interrogative sentences in Turkish and German used with the mental verb “to say”*



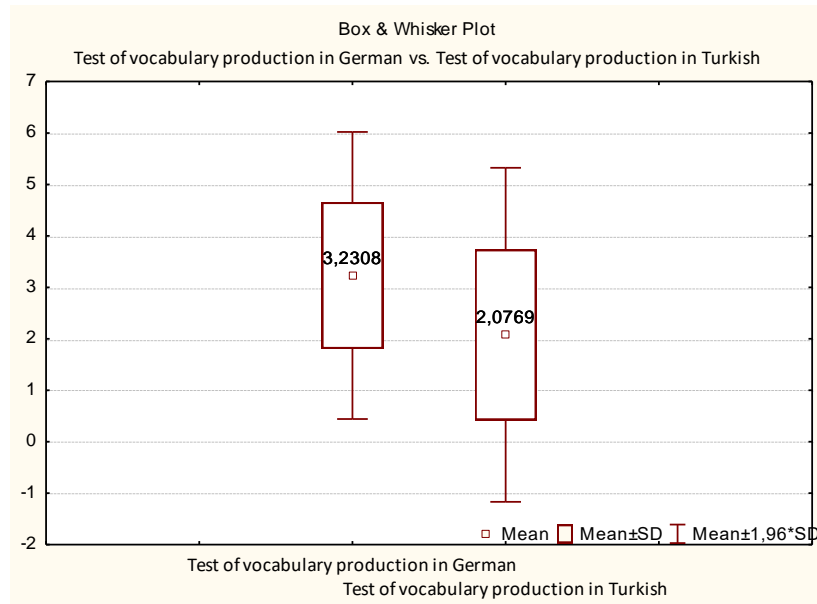
As can be seen from the figure, the difference between the mean values for the two samples is not statistically significant ( $t = -1.75977$ ;  $p > 0.05$ ). This shows that the children are equally good at the test in both languages. In the next test the picture is different - in the test for understanding the vocabulary of E1 (Turkish) and E2 (German), the children understood the vocabulary included in the test in Turkish better than the vocabulary in German. This is shown in Figure 4.

Figure 4. Results of the vocabulary comprehension test of L1 (Turkish) and L2 (German)



As can be seen from the figure, the difference between the mean values for the two samples is statistically significant ( $t = -2.60168$ ;  $p < 0.05$ ), in favour of the Turkish language. What is the situation in regard to production of vocabulary in both languages? As can be seen from Figure 5, children show better results in German L2. The differences obtained between the mean values for the two samples were statistically significant ( $t = 2.960783$ ;  $p < 0.01$ ). German vocabulary predominates in the children's active vocabulary.

Figure 5. Results of the vocabulary production test of L1 (Turkish) and L2 (German)



### Discussion

The present study, conducted with two groups of bilingual Turkish children in Berlin, Germany, between 4-6 years old aimed to examine the influence of the mother tongue (L1) and the second language (L2) on the understanding the “theory of mind” (ToM). The children were offered the classical tests for “theory of mind”, as well as language tests related to the comprehension of interrogative sentences, containing a verb showing a mental state and comprehension and



production of vocabulary in native Turkish and German as a second language for them. The results show that vocabulary is not an important factor, and mastery of interrogative sentences is the factor that helps to understand the “theory of mind”.

## Conclusions

The study, although limited due to the small number of participants involved, gives rise to important reflections.

1. Children with German-Turkish bilingualism understand the vocabulary of their mother tongue well and it is obviously in their passive vocabulary, but this knowledge has not yet passed into their active vocabulary.

2. German vocabulary predominates in the children's active vocabulary.

3. With regard to the level of mastery of interrogative sentences, children are equally good at interrogative sentences in both languages.

4. The children also do well with the tasks for the theory of mind. If we return to the hypothesis formulated at the beginning of the article, it turns out that understanding and producing vocabulary in the mother tongue and in German does not affect the understanding of the tasks related to the theory of mind. It turns out that the degree of mastery of the interrogative sentences of L1 or L2 is the factor that helps to understand the problems of the ToM of both L1 and L2. In earlier studies by M. Stefanova (Stefanova, 1999; Stefanova, 2001), as well as in newer studies by H. Kyuchukov (Kyuchukov, 2019; Kyuchukov, 2020a, b) with Roma-Bulgarian and Turkish-Bulgarian bilingual children, the role of the mother tongue in the process of learning the second (official) language of the country and in the process of understanding the theory of mind is shown. The present study, although on a small scale, provides further evidence that in order to understand and acquire the ToM, interrogative sentences containing a verb indicating mental states must be understood and assimilated.

## References

- De Groot, A. (2011). *Language and Cognition in Bilinguals and Multilinguals*. New York : Psychology Press.
- Grosjean, F. (2008). *Studying Bilinguals*. Oxford: Oxford University Press.
- Grosjean, F. and Li, P. (2013). *The Psycholinguistics of Bilingualism*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Goetz, P. (2003). The effects of bilingualism on theory of mind development. *Bilingualism: Language and Cognition*, 6 (1), 2003, 1–15. DOI: 10.1017/S13667289030010071.
- Kaysili, B. and Acarlar, F. (2011). The Development of Theory of Mind according to False Belief Performance of Children Ages 3 to 5. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 11(4), 1821–1826.
- Kyuchukov, H. (November 2006). *Evidentiality markers and ToM in bilingual Turkish-Bulgarian and Romani-Bulgarian-speaking children* [Conference presentation], 2006, Smith College, Northampton, USA.
- Kyuchukov, H. (2020a). Understanding false belief tasks by bilingual minority children in Bulgaria. *Psihologiya obrazovanie v polikulturnom prostranstve [Psychology education in a multicultural space]*, 50 (2), 6–18.
- Kyuchukov, H. (2020b). Are the Mental State Verbs important for Roma children’s understanding of False Belief Task. *Psycholinguistics*, 27(1), 181–194.

- Kyuchukov, H. (2019). Acquisition of Turkish grammatical categories in bilingual context. *East European Journal of Psycholinguistics*, 6 (1), 32–46.
- Selcuk, B. Brink, K., Ekerim, M., and Wellman, H. (2018). Sequence of theory-of-mind acquisition in Turkish children from diverse social backgrounds. *Infant and Child Development*, 27, Vol. 27, Issue 4, July/August, e2098. <https://doi.org/10.1002/icd.2098>
- Yagmurclu, B., Berumen, S. and Celimli, S. (2005). The role of institution and home contexts in theory of mind development. *Applied Developmental Psychology*, 26 (2005), 521–537.
- Stefanova, M. (1999). Проблемът за детското двуезичие у нас. В: *Проблеми на социолінгвистиката VI. Езикът и съвременността [Problems of sociolinguistics VI. Language and modernity]*, кн. 6., 165–169 [In Bulgarian].
- Stefanova, M. (2001). Към въпроса за перцепцията на българския език при деца билингви с майчин ромски език. В: *Психолінгвистични и социолінгвистични проблеми на обучението на ромските деца [Psycholinguistic and sociolinguistic problems of the education of Roma children]*. Sofia, 182–192.

## **ПСИХОЛІНГВІСТИЧНЕ ВИВЧЕННЯ «ТЕОРІЇ РОЗУМУ» ТУРЕЦЬКИХ ДВОМОВНИХ ДІТЕЙ**

**Христо Кючуков,**  
доктор педагогічних наук, професор,  
Сілезький університет у Катовіце,  
(Катовіце, Польща)

### *Анотація*

*У статті представлені результати дослідження за участю турецьких двомовних дітей дошкільного віку, які проживають у Берліні, Німеччина. Стаття спрямована на вивчення впливу, що фіксується між рівнем володіння рідною мовою (перша мова L1) і офіційною мовою (друга мова L2), з одного боку, і «теорією розуму» (ТоМ), з іншого, або, точніше, яким чином лексичне знання L1 і L2 і розуміння питальних речень, використуваних із дієсловом, що вказує на психічні стани, допомагає зрозуміти ТоМ.*

***Методи й прийоми дослідження.** У дослідження були включені 18 турецько-німецьких двомовних дітей, які відвідують дитячий садок у Берліні, Німеччина. Діти були розділені на дві вікові групи: від 4 до 5 років по 1 гр. (8 дітей) та по 2 гр. дітей 5–6 років (10 дітей) і пройшли тестування на рідному турецькому, а потім на німецькій мові. Тестування проводилося в дитячому саду в окремій кімнаті, де були присутні тільки експериментатор й обстежувана дитина. Дітям пропонувалися класичні тести з «теорії розуму», а також мовні тести, пов'язані з розумінням питальних речень, що містять дієслово, яке означає психічний стан, розуміння й вироблення словникового запасу на рідному турецькому та німецькою мовами в якості їх другої мови.*

**Результати** показують, що словниковий запас не є важливим фактором, а володіння питальними реченнями є фактором, який допомагає зрозуміти «теорію розуму». Отримані результати були проаналізовані статистично за допомогою *t*-критерію. Діти з німецько-турецьким двомовністю добре розуміють лексику своєї рідної мови, і вона присутня в їх пасивному словниковому запасі, але ці знання ще не увійшли в їх активний словниковий запас. Німецька лексика переважає в активній лексиці дітей. Що стосується рівня володіння питальними реченнями, діти однаково добре розбираються в питальних пропозиціях на обох мовах.

**Ключові слова:** теорія розуму, турецьку мову, двомовність, психолінгвістика.

*Submitted to the editor – 09.04.2021*

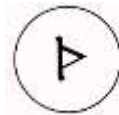
*Reviewed – 18.05.2021*

*Accepted for printing – 07.07.2021*

*Подано до редакції – 09.04.2021*

*Рецензовано – 18.05.2021*

*Прийнято до друку – 07.07.2021*



## ARCHETYPICAL ASPECTS OF HERO IMAGE IN MODERN UKRAINIAN NON-INSTITUTIONAL MILITARY DISCOURSE



**Tetyana KHRABAN,**  
Candidate of Philological Science,  
Head of the Department of Foreign  
Languages  
E-mail: Xraban.Tatyana@gmail.com,  
<https://orcid.org/0000-0001-5169-5170>  
Military Institute of Telecommunications  
and Information Technologies,  
Moskovskaya Street, 45/1, Kyiv, 01011  
(Ukraine, Kyiv)

### Citation:

Khraban, T. (2021). Archetypal Aspects of Hero Image in Modern Ukrainian Non-Institutional Military Discourse. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2020-12-1-2  
Retrieved from <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Khraban T., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

### Annotation

The **aim** of the article is to study the specifics of the archetypal aspects of the Hero image in modern Ukrainian non-institutional military discourse. **Materials & methods.** Discourse analysis was used to identify the characteristics of archetypal images and motifs. The application of psychoanalytic interpretation, the most characteristic feature of which is the accentuation of senses and the assumption of the self-sufficiency of experience, has directed attention to the symbolism of the unconscious, universal meanings and psychological mechanisms inherent in the text. The material for the article was text fragments, photos and comments to them with a total volume of 912 units, which were posted during 2020 on the pages of the social network groups Facebook "Military service - Military Service", "Armed Forces of Ukraine". **Results & discussions.** Hero-rescuer mythological archetype is at the heart of the Ukrainian non-institutional military discourse. Permanent mythological plot can be traced in the military discourse. Thus, the typical stages of the mythological Hero odyssey were observed: the beginning of the mythological Hero's adventures is provoked by a catastrophe, which is caused by criminal actions of his enemies; the Hero sets off for a journey to restore the broken harmony; the villains prevent but the Hero passes the trials and wins his reward. His triumph can be represented as the liberation of his country from tyrant. Addressing the mythological plot carries a pragmatic purpose to overcome stress: the military needs unshakable faith in happy end of the problem situation (military conflict in eastern Ukraine) and the idea of mythological Hero helps soldiers to increase self-confidence. Thus, the Ukrainian non-institutional military discourse shows a relationship between the call to the mythological consciousness and coping strategies. Then, there is tendency observed in the military discourse that Hero archetypal image deviates from the archaic archetype framework and the Hero model with an emphasis on the Christian eschatological paradigm dominates. The motif of sacrifice accompanying the Hero image forms the archetypal image of the Hero-holy man. **Conclusion.** Two Hero models dominate in the Ukrainian non-institutional military discourse. The first model is distinguished by exaggeration. It is a Hero-superman image defined by similarity to mythological heroes, gods, titans. However, this Hero model is not only always accepted by the Ukrainian military but can sometimes arise rejection and protest against Hero-superman image. The second model is a collective image of Ukrainian culture. The People's Hero model actualizes the features of a toiler

*who is not a professional soldier, he is a peaceful man. This archetypal image is distinguished by realism and contrast to the Hero-superman image.*

**Key words:** *Hero archetype, archetypal image, non-institutional military discourse.*

## АРХЕТИПІЧНІ АСПЕКТИ ОБРАЗУ ГЕРОЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ НЕІНСТИТУЦІЙНОМУ ВІЙСЬКОВОМУ ДИСКУРСІ

**Тетяна ХРАБАН,**

*кандидат філологічних наук,*

*завідувач кафедри іноземних мов*

*Військового інституту телекомунікацій та інформатизації*

*(м. Київ, Україна)*

### Вступ

В умовах сучасної воєнно-політичної ситуації в Україні однією зі значних тенденцій гуманітарних досліджень є зростання інтересу до військового дискурсу. У рамках соціолінгвістики та психолінгвістики особливий інтерес представляє неінституційний військовий дискурс як «особливий вид організації військового дискурсу, що містить емоційно-оцінну, розмовно-побутову інтерпретацію військових подій, реалій і осіб і який характеризується активною суб'єктивною комунікативною інтеракцією» (Уланов, 2014). Оскільки «дискурс – соціальна практика» (Dirven et al, 2005), то військовий дискурс належить насамперед до соціального виміру війни (Ищенко, 2007: 22). При такому підході будь-яке висловлювання розглядається як продукт діяльності соціальних агентів, завжди включених у соціальні взаємодії і структури, конкретну політичну й культурно-історичну ситуацію, тобто як соціальна дія (Огієнко, 2012: 100). З іншого боку, соціальні практики характеризуються когнітивним виміром (знання, думки, вірування, норми й цінності, переконання й стереотипи тощо) (Ищенко, 2007: 22), такі поняття, як «колективна пам'ять», «уявлювана спільнота», є невід'ємними категоріями когнітивних процесів (Heer et al, 2003). Таким чином, «ми аналізуємо та розуміємо історичні сенси як реалії сьогодення через детермінуючу роль як соціальних ознак, що виступають в якості характеристик суб'єктів, так і різноманітних психічних феноменів, що представляють глибинні структури їхнього несвідомого, зокрема й архетипи» (Боровицька, 2013: 82). У сучасному контексті центральне місце в розумінні особистості належить архетипу Герой, який супроводжує значущі етапи історичного розвитку (Иванов, 2019: 80), а також мотивам боротьби й звільнення, супутнім даному архетипові. Актуальність вивчення архетипу Герой підтверджується тим, що «фігура героя є стрижневим елементом багатьох соціальних процесів в сучасному суспільстві, оскільки є засобом представлення суті того, що відбувається» (Суравнева & Федоров, 2008: 83).

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Архетип Герой досліджувався насамперед у рамках психоаналітичної теорії, тому для цієї статті інтерес представляють класичні роботи, які вивчали цей архетип та його різні модифікації: «The origins and history of consciousness» (Neumann, 1954), «The hero with a thousand faces» (Campbell, 1949), «The hero and the outlaw: building extraordinary brands through the power of archetypes» (Mark & Pearson, 2001). Оскільки рамки дослідження феномена архетипів – це широка міждисциплінарна область, значимими для даного є дослідження в галузі соціології, психології, лінгвістики, а саме: В. Склейніса (Склейніс, 2019) (досліджено внутрішньоособистісні та міжособистісні семантичні структури, що є релевантними для поняття «архетип»); Я. Бугерко (Бугерко, 2013) (схарактеризовано антиномічні особливості феноменів ментальності, культури, ідентичності, через які виявляється архетип, їх зв'язок із рефлексивною здатністю людини аналізувати

об'єктивну реальність психічного, яка притаманна несвідомому); О. Гордійчука (Гордійчук, 2018) (проаналізовано особливості формування архетипів української ментальності та їх вплив на соціокультурні явища й суспільно-політичне життя); S. Shadraconis (Shadraconis, 2013) (досліджено значущість архетипів у сучасній ідеалізації лідерів як героїв) та інші. Незважаючи на значну кількість робіт, присвячених дослідженню архетипічних феноменів, у цій статті *вперше* було звернено увагу на визначення місця, ролі й значення архетипу Герой у сучасному українському неінституціональному військовому дискурсі. *Наукова цінність* дослідження полягає в подальшому розвитку теорії архетипів у взаємозв'язку з модусами менталітету й ідентичності, що дає можливість осмислити, як на формування соціальних уявлень про героїзм впливає величезна кількість різних факторів (епоха, політика держави, соціальні пріоритети, економічний стан суспільства тощо), але із психолінгвістичної точки зору найцікавішим є вплив соціальних мереж, настільки популярних у наш час. *Мета статті* – дослідження специфіки архетипічних аспектів образу Героя в сучасному українському неінституційному військовому дискурсі.

### Методи й методики дослідження

У дослідженні було використано дискурс-аналіз, відправною точкою якого є твердження про те, що «ми отримуємо доступ до реальності за допомогою мови. За допомогою мови ми створюємо репрезентації реальності, що не просто відображають те, що в ній є, але і конструюють її» (Jorgensen & Phillips, 2002). Іншими словами, «мова – це не просто канал передачі інформації про явища, факти або про поведінку людей, а «механізм», який генерує і конститує соціальний мир» (Jorgensen & Phillips, 2002). Категорія «дискурс» окреслює такі базові виміри: лінгвістичні й нелінгвістичні, глобальні соціокультурні й індивідуально-особистісні, стабільно-змістові та ситуаційно-динамічні, які поєднані цілісним комунікативним актом (Савелюк, 2017: 48). Як зазначає Teun A. van Dijk, дискурс – це не тільки лінгвістична практика, оскільки він перебуває всередині соціальної практики й сам по собі є соціальною практикою, що сприяє формуванню соціальних систем, ситуацій, інституцій та ідеологій, у які вона закладена (Teun A. van Dijk, 2014), тобто ключовим моментом «виступає соціальна, комунікативна природа людини, що реалізується через її взаємодію із соціумом у семіотичному, зокрема, мовному середовищі життєдіяльності» (Савелюк, 2017:10). Розглядаючи дискурс як складноструктуровану комунікативно-знакову систему, що має декілька основних планів аналізу (Шевченко, 2012), науковий інтерес цієї статті спрямований на дослідження таких ракурсів: 1) актуального (утілення інтенцій у знаково-символічний простір дискурсу); 2) ідентифікуючого (розпізнавання та розуміння смислів, цінностей, побудова ідентичності); 3) контекстуального (розширення смислового поля на основі соціокультурних, історичних та інших контекстів). При цьому осмислення текстів у мовних (соціальних) ситуаціях ґрунтується на «ситуації спілкування і цілого ряду екстралінгвістичних чинників, аж до широкого соціокультурного контексту» (Кожина, 2002: 21–22). У цьому ракурсі дискурсивний підхід дозволяє досліджувати також цілепокладання ідеології в суспільстві, що насичує все полотно дискурсу, оскільки комунікація й дискурс передають культурні моделі, засновані на специфічних елементах і феноменах (Лазарев & Ласкова, 2020: 103).

Включення в дискурс-аналіз факторів широкого діапазону, соціальних, психологічних, прагматичних тощо, вимагає також використання в стратегії дослідження психоаналітичної інтерпретації як наукового методу психоаналізу. Психоаналітична інтерпретація як особлива пізнавальна установка, найбільш характерними рисами якої є акцентуація смислів і допущення самодостатності переживання, або досвіду, акцентує увагу на закладеній у тексті символіці несвідомого, універсальних значеннях і психологічних механізмах. Психоаналітична інтерпретація включає два етапи – розуміння й пояснення розуміння

(Martin, 1990). Розуміння передбачає врахування специфіки форми активного відображення в психіці суб'єкта (групи) об'єктивної дійсності. Розуміння часто пов'язано з певним «описом» сутності людини й суспільства. Шляхом пояснення дослідник намагається на науковій основі дати раціональне й логічне тлумачення думок, дій і вчинків суб'єкта (групи). На другому етапі – поясненні розуміння – сплановані або вчинені дії розглядаються в ракурсі причинності, тобто вони аналізуються крізь призму мотивації. Пояснення вважається правильним, якщо причини (стимули), зазначені в поясненні, не тільки існували, але ще й були продуктивними. Пояснення розуміння є не просто формальним (механічним) процесом пошуку мотивації, а й включає в себе оцінку (Martin, 1990; Keil, 2006). Використання психоаналітичної інтерпретації при дослідженні складних, системних об'єктів, що включають людину як елемент, дозволяє значно розширити діапазон дослідження: «психоаналітична інтерпретація розкриває багаторівневу структуру детермінант людського існування, підкреслює епістемологічну важливість унікальних умов існування об'єкта, що аналізується, його суб'єктивних, внутрішніх закономірностей, обумовлених особистісними переживаннями і оцінками, підкреслює принципову важливість динамічних характеристик системи, важливість її комплексного аналізу» (Добродорний, 2009: 166-167).

Матеріалом для статті послужили текстові фрагменти, фотографії й коментарі до них загальним обсягом 912 одиниць, які розміщені на сторінках груп соціальної мережі Facebook «Military service – Військова служба», «Збройні Сили України» протягом 2020 року.

*Методичні обмеження дослідження.*

Результати аналізу відображають специфіку архетипічних аспектів образу Героя лише в онлайн-дискурсі. У дослідженні не були враховані погляди людей, які не мають акаунтів у соціальної мережі Facebook.

Крім того, дослідження не враховує ситуацію, коли користувачі соціальних мереж мають різні інтереси й організовують несхожі мережеві співтовариства з особливими моделями структури взаємодії між індивідами або групами індивідів. Дослідження проводилося в рамках тільки двох груп: «Military service – Військова служба» і «Збройні Сили України», оскільки в наповненні цих груп акцентуються питання геополітичного, військового й ідеологічного протистояння, що актуалізує образ Героя.

Дослідження не відображає зміни архетипічних аспектів образу Героя в часі, оскільки воно ґрунтується на матеріалі, яке було викладено на сторінках груп соціальної мережі Facebook протягом одного року.

*Теоретичне підґрунтя дослідження*

Найбільш значущою для даного дослідження є теорія архетипів, яка була запропонована С. Jung. С. Jung стверджував, що є набір універсальних тем і мотивів, які він назвав архетипами, або диспозиціями в колективному несвідомому, які формують образи у свідомості (Jung, 1968) і завдяки яким здійснюється раціональний вимір свідомого (реальної дії) (Боровицька, 2013). При цьому архетипи – це не самі образи, а схеми образів, їх психологічні передумови, їх можливість (Юрій & Алексієвцев, 2017: 17). Коли ми бачимо реальну людину, стикаємося з будь-якою ситуацією або подією, у нас виникають потужні архаїчні образи, що з'являються з колективного несвідомого. Ці образи викликають сильну емоційну реакцію, яка є не зрозумілою для суб'єкта (Schlegel et al., 2011). Сучасні теорії архетипів стверджують, що результатом емоційної реакції, що виникає при знайомстві з архетипним образом, є безумовне усвідомлення важливості цього персонажа, причому архетипічні моделі передаються шляхом культурної трансмісії, а не біологічним шляхом, як спочатку стверджував С. Jung (McAdams, 2008; Guo & Ma, 2018). Сучасні реалії гармонійно поєднуються з архаїчним архетипом, набуваючи нових форм (Гоц, 2017: 56). Архетипи на рівні підсвідомості «впливають на світобачення й світорозуміння, забезпечують зв'язок між поколіннями, визначають подальші вектори суспільного розвитку. Ґрунтовне дослідження архетипів певного народу дозволяє сформулювати об'єктивне уявлення про його менталітет»

(Гордійчук, 2018: 18). Не слід забувати, що архетип «має суб'єктивне навантаження, адже він продукується активністю конкретної особи і практично не існує поза нею, він інтегрується з її актуальним досвідом та цілісністю психічного» (Яценко, 2011: 16). Для суб'єкта архетип стає базисом «ідентифікації себе на особистісному, соціальному, національному, расовому рівнях» (Процик, 2009: 62).

## Результати та дискусії

Ключову роль у сучасному українському неінституційному військовому дискурсі відіграє архетип Герой. Тема екзистенціальної свободи, що закладена в архетипі Герой, під час військового конфлікту на Сході України набуває характеру боротьби за незалежність країни. Це сприяло тому, що у військовому дискурсі цей архетип дістає форму соціального архетипу, тобто виступає як «стійка, повторювана і законовідповідна система цілей, цінностей і змістів, що народжується в колективному досвіді на підставі внутрішньої єдності соціальних практик» і «реалізується в різних сферах буття суспільства, тобто у сфері когнітивного, релігійно-етичного, художньо-естетичного, політико-правового, господарсько-економічного і практичного» (Юрій & Алексієвцев, 2017: 19). Архетипні форми не є статичними патернами, застиглими структурами, є нескінченна кількість модифікацій архетипу Герой, але при будь-якому перетворенні Герой одержує триумфальну перемогу над злом, нещастями або важким завданням, він доводить свою перевагу на полі битви або в будь-якому іншому місці, де труднощі або виклики вимагають його мужніх й енергійних дій (Mark & Pearson, 2001). У сучасному українському неінституційному військовому дискурсі простежується стійкість міфологічного сюжету, «так як міфологічні структури складають ядро світогляду особистості, тісно переплітаючись з її цінностями та ідеалами. Вони заглиблюються своїм корінням в підсвідомість, зачіпають ірраціональну сферу особистості, її глибинні структури, сферу інстинктів, потреб, бажань» (Воеводина, 2012: 51). Найпоширенішим сюжетом різних міфологій є боротьба Героя з інфернальними силами, «яка в той же самий час актуалізує кращі його якості, поразка в цій сутичці має далекосяжні наслідки для подальшого розвитку і трансформації світу» (Воеводина, 2012: 51). У військовому дискурсі були відзначені типові дієві етапи одисеї міфологічного Героя (Campbell, 1949): початок пригод міфологічного Героя провокує катастрофа, яка є наслідком злочинних дій недоброчливців (*Горько пахло польню, ветер дым разносил, а по всей Украине – сотни свежих могил... Скорбный звон похоронный. Набегала слеза... У святых на иконах погрузнели глаза*) (FB, 2020). Герою необхідно відправитися в подорож із метою відновлення порушеної гармонії (*Это – старая повесть, так бывало не раз... Не позволила совесть свой нарушить приказ, не дала оставаться от беды в стороне...*) (FB, 2020). Злочинці діють усупереч (*Ну а доля – злодійка вража, збавляється, як божевільна*) (FB, 2020), але Герой проходить шлях випробувань (*Ти бачив жах, кривавий морок; І, почорнілі, втомлені, сплять у ступу під ГРАДами*) (FB, 2020) і завойовує свою нагороду. Його триумф може бути представлений як визволення свого народу від тирана (*За можливість лишатися вільними...*) (FB, 2020). Міфологічний архетип Героя-рятівника лежить в основі сюжетних моделей, що представлені в українському неінституційному військовому дискурсі (*Та відвернути від дітей те пекло, з тисячі смертей...*) (FB, 2020). Також на зв'язок архетипної форми Героя з міфологічним сюжетом указують міфологічні символи, які відзначають український неінституційний військовий дискурс. Міфологічні символи сприяють ціннісно-смысловому наповненню військового дискурсу. Найбільш часто в ролі міфологічних символів фігурують маркери світових релігій, наприклад: містичні істоти (*Химери, демони, примари війні поклони віддають*) (FB, 2020), християнська алегорія святості (*дощем впадуть криваві хмари, святих у пекло поведуть...*) (FB, 2020), пекло та рай (*И вошли мы в этот ад, где друзей мы многих потеряли!*) (FB, 2020), а також маркери біди, зла, злочинних намірів,



зради (*Це не війна, страшна хвороба, мов чорна пляма на душі; Той дивний сон... Зі зміями боровся...*) (FB, 2020), військової доблесті, мужності й відваги (*Ви тримали небо, лицарі-герої!*) (FB, 2020). На наш погляд, звернення до міфологічного сюжету в українському неінституційному військовому дискурсі не є випадковим. Саме в такому ракурсі в архетипі Герой актуалізується адаптаційний потенціал, так необхідний у сучасний час для українських військових. Дане твердження ґрунтується на факті, що міфи, що розглядаються як когнітивні структури, є позараціональним знанням: люди керуються міфами, у які вірять, і завдяки їм вони долають негативні емоції шляхом позитивного переосмислення проблемної ситуації. Для подолання стресу військовим необхідна впевненість у щасливому розв'язанні проблемної ситуації (військового конфлікту на Сході України), і міфологічний Герой допомагає їм підвищити впевненість у собі, у завтрашній перемозі, у результатах своєї боротьби (*Ти воїн, ти козак і ти побореш втому! І ворога здолаєш у бою! Засяє сонце знов, розквітнуть далі, і соловей співатиме в гаю...*) (FB, 2020). Таким чином, в українському неінституційному військовому дискурсі простежується взаємозв'язок між зверненням до міфологічної свідомості й копінгом, який розуміється як динамічний процес і розглядається як когнітивні й поведінкові зусилля особистості, спрямовані на зниження впливу стресу (Lazarus, 1993: 142).

Для подальшого дослідження специфіки архетипу Герой в українському неінституційному військовому дискурсі вважаємо за необхідне звернутися до поняття «архетипний образ», яке розглядаємо як форму існування архетипу у свідомості (Jung, 1968). У ході дослідження було відзначено тенденцію відхилення архетипних образів від архаїчного архетипу: у військовому дискурсі домінує модель Героя з акцентом на християнську есхатологічну парадигму. Еволюціонування архетипу Герой пов'язано з акцентуацією культурних цінностей: християнство проголошує самовіддану, жертвну любов вищою чеснотою, з'являється герой нового типу – Християнський Святий Воїн (*И только вы, на линии огня, гораздо ближе к замыслу Творца*) (FB, 2020). Прагненням усіх святих було наслідування Христа (*Для вас измена – грех, и трусость – грех, зато за всех несёте общий крест*) (FB, 2020), який є втіленням ідеалу добра. Його страждання і смерть трагічні, але за ними відбувається воскресіння (*Я к вам ещё вернусь... Вернусь улыбкой сына, туманом у реки*) (FB, 2020). Християнське вчення стверджує, що подвиги бажані Богу. Саме тому вони винагороджуються: героїчна особистість знаходить святість і безсмертя (*В раю все наши; Ви – святі герої*) (FB, 2020). Мотив принесення жертви, який є супутній фігурі Героя, формує архетипний образ Героя-праведника. Жертва виступає як наповнення, завершення місії праведника (*Я – Двухсотый. Чтоб в детский сад без тебя не шагал ребёнок, чтоб к тебе не вломился ад, с горем, плачем и тьмой воронок*) (FB, 2020), вона приноситься усвідомлено, а кров праведника стає викупною платою за право України залишитися незалежною державою (*Як тобі така вира, воїне, чи готовий сплатити не золотом, щоб довіку ціна за волю ту у душі віддавалася холодом?*) (FB, 2020). Таким чином, модель Праведника стає ядром сучасних архетипних образів Героя, наповнюючи його новими смисловими відтінками.

Під дією традицій, з одного боку, і реальності – з іншого, архетипний образ Героя корелює з певними мотивами. Завдяки цьому в українському неінституційному військовому дискурсі домінують дві моделі Героя. Перша модель склалася завдяки американському художньому кінематографові, зокрема фільмам із військовою тематикою. Соціально-політична обстановка в США наприкінці 1990-х – початку 2000-х років, що була пов'язана з новою зовнішньою політикою США, спрямованою на зміцнення статусу єдиної супердержави, поставила проблему створення позитивного мілітаристського настрою в суспільстві. Армія повинна була набути позитивний образ в очах громадськості, і професія військового мала стати престижною. Голлівуд відгукнувся на це замовлення з великим ентузіазмом. У ролі військових знялися секс-символи й сучасні «американські герої». Герой

у таких фільмах – русявий, спортивний, із білозубою посмішкою – справжній чоловік, якого любить красива жінка. Війна в таких фільмах зображена гламурною, у традиціях лицарства й шляхетності (Щеголихіна, 2013: 332–333). Підтвердженням існування такого типу Героя служать візуальні компоненти українського неінституційного військового дискурсу (фотографії й інтернет-меми), що викладені на сторінках українського сектора соціальних мереж (ілюстрація 1).



*Ілюстрація 1. Актуалізація американської моделі образу Героя (скріншоти запозичені з <https://www.facebook.com>)*

Образ Героя-надлюдини знаходить своє відображення й у вербальній складовій українського неінституційного військового дискурсу. Він супергерой, подібний міфологічним героям, богам, титанам (*Я не людина, я – кіборг; На них залізом плавленим валились сотні тонн, та їх кістки не тріснули – не витримав бетон!*) (FB, 2020), лицарям (*Ведь не бьем мы в безоружных и спины*) (FB, 2020), він відважно йде в бій за майбутнє своєї країни й безстрашний у бою (*Как соколы в бою блистали доблестью*) (FB, 2020), служить надихаючим прикладом (*Знамя высоко вознесём между серыми терриконами. И пришедшие к нам с мечом не увидят нас побеждёнными!*) (FB, 2020). Таким чином, образ Героя-надлюдини відрізняється масштабністю й гіперболізацією, він перевершує звичайних людей за своїми можливостями й здібностями. Однак ця модель Героя не тільки не завжди приймається українськими військовослужбовцями, а й може викликати відторгнення й протест (*Війна в кіно – це вибухи і кров, картонний танк, пластмасові гармати, кохання, смерть, медалі, автомати. А у житті: щоб вижити – копати. Знов на білому екрані – літаки, герої як один усі красиві, перлинозубі, втомлено щасливі. А у житті – замучені та сиві юнаки. Кіно – фантазія на декілька годин, де ти собі вважаєшся героєм, що упивається кривавим боєм. А у житті: було нас троє... Уже один*) (FB, 2020).

Для українських військових ближче виявилася модель народного Героя, яка є збірним образом української, а не американської культури. Візуальні компоненти українського неінституційного військового дискурсу демонструють образ народного Героя, що є символом національної ідентичності, із яким себе асоціюють бійці і який сприяє усвідомленню людиною власної приналежності до певної нації й держави (ілюстрація 2).



*Ілюстрація 1. Актуалізація моделі народного Героя (скріншоти запозичені з <https://www.facebook.com>)*

Народний герой у військовому дискурсі – структура ментальних компонентів, «під якими розуміються ієрархії культурних конструктів, одні з яких складають ядро культури і притаманні всім її носіям, інші притаманні тим чи іншим внутрішньо-культурним групам» (Ромах & Аксенов, 2014). Причому поняття внутрішньокультурної групи для цього дослідження формується в межах існування певного досвіду в проведенні операції Об'єднаних сил. В образі народного Героя актуалізуються риси простого українського роботяги (*Сидів в окопі чолов'яга, мобілізований в АТО, звичайний тракторист, трудяга, немає навіть і авто*) (FB, 2020), який пішов захищати свою країну (*Все вместе пошли защищать Батьківщину – и старый колхозник Петрович «Седой», и Стёпа Чубенко – пацан молодой...*) (FB, 2020). Народний герой не є професійним військовим, це мирна людина (*Я не родився, щоби убивати, ламати долі і калічити людей, а народився, щоб ростити й будувати*) (FB, 2020), його життя було розколото на дві частини – мирний і воєнний періоди. Специфікою образу народного Героя є його реалістичність і контрастність образу супергероя (*Он был весь грязный и с лицом небритым, обутий в берцы, за спиной рюкзак, он кое-где местами был побитый, и на одну из ног мог опираться еле как*) (FB, 2020). Така модель склалася завдяки ретроспективному образу народного Героя, пізнім прикладом якого є Тарас Шевченко, і яка сходить до глибокої первісності (Писаренко, 2003: 220). У цьому контексті, на нашу думку, слід згадати Іллю Муромця – одного з головних героїв билин. Його моці знаходяться в Києво-Печерській лаврі. Ілля Муромець – «скоріше християнин, причому грамотний, за функціями він не стільки воїн, скільки суддя і воевода. У його особистості переплелися різночасові риси, які не завжди можна відокремити. Він одночасно й конюх Святогора, і селянський/християнський син – «сидень» (каліка), і «старий козак» (голота)» (Козловский, 2016: 177). Ф. Буслаєв зазначає: «Велика особистість Іллі Муромця, в основних своїх обрисах, може бути, нагадувала ідеальні типи напівбогів, руйнівника всього шкідливого на землі... Але в епоху історичну, коли склався цикл Владимиров, Ілля Муромець став могутнім представником сил простого народу» (Буслаев, 2015).

## Висновки

Міфологічний архетип Героя-рятівника лежить в основі сюжетних моделей, що представлені в українському неінституційному військовому дискурсі. У дискурсі простежується стійкість міфологічного сюжету. Так, були відзначені типові дієві етапи одисеї міфологічного Героя: початок пригод міфологічного Героя провокує катастрофа, яка є наслідком злочинних дій недоброзичливців; Герой відправляється в подорож із метою відновлення порушеної гармонії; злочинці діють усупереч, але Герой проходить шлях випробувань і завойовує свою нагороду. Його тріумф може бути представлений як визволення свого народу від тирана. Звернення до міфологічного сюжету несе прагматичне навантаження: для подолання стресу військовим необхідна впевненість у щасливому розв'язанні проблемної ситуації (військового конфлікту на Сході України), і міфологічний Герой допомагає їм підвищити впевненість у собі. Таким чином, в українському неінституційному військовому дискурсі простежується взаємозв'язок між зверненням до міфологічної свідомості й копінг-стратегіями. У ході дослідження було відзначено тенденцію відхилення архетипних образів від архаїчного архетипу: у військовому дискурсі домінує модель Героя з акцентом на християнську есхатологічну парадигму. Мотив принесення жертви, який супутній фігурі Героя, формує архетипний образ Героя-праведника. В українському неінституційному військовому дискурсі домінують дві моделі Героя. Перша модель характеризується масштабністю й гіперболізацією. Це образ Героя-надлюдини, що містить у собі риси супергероя, подібного міфологічним героям, богам, титанам. Однак ця модель Героя не тільки не завжди приймається українськими

військовими, а й може викликати відторгнення й протест. Друга модель є збірним образом народної, а не елітарної культури. Його відрізняють реалістичність і контрастність образу супергероя.

Отримані результати дослідження мають безпосереднє відношення до соціальних і соціально-психологічних результатів трансформацій, які відбуваються в суспільстві й можуть бути використані для подальшого розвитку теоретико-методологічних підходів до дослідження структури, форми й механізмів конструювання національної ідентичності й формування національно орієнтованих цінностей.

## Література

- Боровицька, О.М. (2013). Архетипна феноменологія як фундаментальна методологія дослідження психічних універсалій. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*, 40, 80–86.
- Бугерко, Я.М. (2013). Зв'язок архетипу із духовно-ментальними факторами формування психіки. *Науковий часопис національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова*, 40, 86–92.
- Буслаев, Ф. И. (2015). *Исторические очерки русской народной словесности и искусства*. Москва: Издательство В. Секачев.
- Воеводина, Л.Н. (2012). Структура мифологического образа и социальная драматургия. *Вестник МГУКИ*, 1 (45), 50–55.
- Гордійчук, О.О. (2018). Архетипи української ментальності: соціально-філософський аналіз. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 1 (84), 15–19.
- Гоц, Л.С. (2017). Архетип і архетипний образ: проблеми термінології у дослідженнях культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 4, 52–57.
- Добродородний, Д.Г. (2009). Психоанализ как методологический проект в социально-гуманитарном познании. *Теоретический журнал «Credo new»*, 2, 150–168.
- Иванов, А.Г. (2019). Мифологема героя в структуре социального мифа. *Вестник Томского государственного университета*, 441, 80–88. DOI: 10.17223/15617793/441/11.
- Ищенко, Н.А. (2007). Военный дискурс и дискурсивное измерение войны. *Культура народов Причерноморья. Филологические науки*, 116, 22–24.
- Касавин, И.Т. (2007). Дискурс-анализ и его применение в психологии. *Вопросы психологии*, 6, 97–119.
- Кожина, М.Н. (2002). Целый текст как объект стилистики текста. *Речеведение и функциональная стилистика: вопросы теории: избр. труды*. Пермь: Перм. Ун-т, ПСИ, ПССГК.
- Козловский, С.В. (2016). Илья Муромец и его время: историография и перспективы изучения образа былинного героя. *Палеоросия. Древняя Русь во времени, в личностях, в идеях*, 5, 177–189.
- Лазарев, В.А., Ласкова, М.В. (2020). Лингвостилистические и интерпретационные особенности англоязычных военных сленгизмов в неофициальном военном дискурсе. *Известия Южного федерального университета*, 2, 103–111. DOI: 10.18522/1995-0640-2020-2-103-111.
- Огієнко, І.С. (2012). Дискурс та підходи до його аналізу: погляди на проблему сучасних англійських дослідників. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*, 23, 98–102.
- Писаренко, Ю. (2003). Архаїчні витоки образу «народного героя». *Соціум. Альманах соціальної історії*, 2, 209–222.
- Процик, І.В. (2009). Поняття архетипу в науковій літературі: генетико-теоретичний аспект. *Вісник Запорізького національного університету*, 2, 56–67.

- Ромах, О.В., Аксенов, Ф.О. (2014). Антропологические обоснования символа «Народного героя» в системе координат культуры. *Международный журнал экспериментального образования*, 3-1, 70–74.
- Савелюк, Н. (2017). *Психологія розуміння релігійного дискурсу*. Київ: КНТ.
- Склејнис, В.А. (2019). Архетипические аспекты динамики смысловых структур. *Психолог*, 2, 1–8. DOI: 10.25136/2409-8701.2019.2.28386.
- Суравнева, И.М., Федоров, В.В. (2008). *Феномен героизма*. Москва: Издательство ЛКИ.
- Уланов, А.В. (2014). *Военный дискурс русского языка XIX – начала XX в. в спектре языковой эволюции*. Омск: Издательство «Литера».
- Шевченко, А.С. (2012). *Театральный дискурс: структура, жанры, особенности лингвистической репрезентации*: автореф. дисс... канд. филол. Санкт-Петербург.
- Щеголихина, С.Н. (2013). Образ американского военного в художественных фильмах Голливуда. *Метаморфозы истории*, 322–351.
- Юрій, М., Алексієвєць Л. (2017). Архетип і ментальність через призму історії. *Україна-Європа-Світ. Міжнародний збірник наукових праць*, 19, 16–24.
- Яценко, Т.С. (2011). До проблеми пізнання індивідуальної неповторності архетипної символіки. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*, 33(57), 15–27.
- Campbell, J. (1949). *The hero with a thousand faces*. New York, NY: Pantheon Books.
- Dirven, R., Polzenhagen, F., Wolf, H.-G. (2005). *Cognitive Linguistics, Ideology, and Critical Discourse Analysis*. Handbook of Cognitive Linguistics. Oxford: Oxford University Press. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199738632.013.0047.
- Guo, A., & Ma, J. (2018). Archetype-Based Modeling of Persona for Comprehensive Personality Computing from Personal Big Data. *Sensors (Basel, Switzerland)*, 18(3), 684. DOI: 10.3390/s18030684.
- Heer, H., Manoschek, W., Pollak, A., Wodak, R. (2003). *Wie Geschichte gemacht wird. Erinnerungen an Wehrmacht und Zweiten Weltkrieg*. Vienna: Czernin.
- Jorgensen, M., & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage Publications.
- Jung, C. G. (1968). *The archetypes and the collective unconscious*. 2nd ed (R. F. Hull, Trans.). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Keil, F. C. (2006). Explanation and Understanding. *Annu Rev Psychol*, 57, 227–254. DOI: 10.1146/annurev.psych.57.102904.190100.
- Lazarus, S. (1993). Coping Theory and Research: Past, Present, and Future. *Psychosomatic Medicine*, 55, 234–247.
- Mark, M., & Pearson, C. (2001). *The hero and the outlaw: building extraordinary brands through the power of archetypes*. New York: McGraw-Hill.
- Martin, R. (1990). Wright on Explanation and Understanding: An Appraisal. *History and Theory*, 29(2), 205–233. DOI: 10.2307/2505226.
- McAdams, D.P. (2008). Personal narratives and the life story. In O.P. John, R.W. Robins, & L.A. Pervin (Eds.). *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 242–262). The Guilford Press.
- Neumann, E. (1954). *The origins and history of consciousness*. Princeton University Press.
- Ruiz Ruiz, J. (2009). Sociological Discourse Analysis: Methods and Logic. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 10 (2). DOI: 10.17169/fqs-10.2.1298.
- Schlegel, R.J., Hick, s J.A., King, L.A., Arndt, J. (2011). Feeling Like You Know Who You Are: Perceived True Self-Knowledge and Meaning in Life. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37 (6), 745–756. DOI: 10.1177/0146167211400424.
- Shadraconis, S. (2013) Leaders and Heroes: Modern Day Archetypes. *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, 3 (1). DOI: 10.5642/LUX.201303.15.

Teun, A. van Dijk (2014). Discourse-Cognition-Society. Current State and Prospects of the Socio-Cognitive Approach to Discourse. In C. Hart and P. Cap (Eds.). *Contemporary Critical Discourse Studies* (pp. 121–146). London: Bloomsbury Academic.

## References

- Borovyczka, O.M. (2013). Arxetypna fenomenologiya yak fundamental na metodologiya doslidzhennya psyxichnyx universalij [Archetypal phenomenology as a fundamental methodology for the study of mental universals]. *Naukovyj chasopys NPU imeni M.P. Dragomanova – Scientific journal M.P. Drahomanov National Pedagogical University*, 40, 80–86 [In Ukrainian].
- Bugerko, Ya.M. (2013). Zvyazok arxetypu iz duxovno-mentalnymy faktoramy formuvannya psyxiky [The connection of the archetype with the spiritual and mental factors of the psyche formation]. *Naukovyj chasopys nacionalnogo pedagogichnogo universytetu imeni M.P. Dragomanova – Scientific journal M.P. Drahomanov National Pedagogical University*, 40, 86–92 [In Ukrainian].
- Buslaev, F.I. (2015). *Istoricheskie ocherki russkoj narodnoj slovesnosti i iskusstva* [Historical sketches of Russian folk literature and art]. Moskva: Izdatelstvo V. Sekachev [In Russian].
- Campbell, J. (1949). *The hero with a thousand faces*. New York, NY: Pantheon Books [in English].
- Dirven, R., Polzenhagen, F., Wolf, H.-G. (2005). *Cognitive Linguistics, Ideology, and Critical Discourse Analysis*. Handbook of Cognitive Linguistics. Oxford: Oxford University Press. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199738632.013.0047 [in English].
- Dobrorodnij D.G. (2009). Psikhoanaliz kak metodologicheskij proekt v social no-gumanitarnom poznanii [Psychoanalysis as a methodological project in social and humanitarian knowledge]. *Teoreticheskij zhurnal «Credo new»*, 2, 150–168 [in Russian].
- Gocz, L.S. (2017). Arxetyp i arxetypnyj obraz: problemy terminologiyi u doslidzhennyax kultury [Archetype and archetypal image: problems of terminology in cultural research]. *Visnyk Nacionalnoyi akademiyi kerivnyx kadriv kultury i mystecztv – Bulletin of the National Academy of Management of Culture and Arts*, 4, 52–57 [In Ukrainian].
- Gordijchuk, O.O. (2018). Arxetypy ukrayinskoyi mentalnosti: socialno-filosofskij analiz [Archetypes of Ukrainian mentality: social-philosophical analysis]. *Visnyk Zhytomyrskogo derzhavnogo universytetu imeni Ivana Franka – Bulletin of Ivan Franko Zhytomyr State University*, 1 (84), 15–19 [In Ukrainian].
- Guo, A., & Ma, J. (2018). Archetype-Based Modeling of Persona for Comprehensive Personality Computing from Personal Big Data. *Sensors (Basel, Switzerland)*, 18(3), 684. DOI: 10.3390/s18030684 [in English].
- Heer, H., Manoschek, W., Pollak, A., Wodak, R. (2003). *Wie Geschichte gemacht wird. Erinnerungen an Wehrmacht und Zweiten Weltkrieg*. Vienna: Czernin [in English].
- Ishenko, N. A. (2007). Voennyj diskurs i diskursivnoe izmerenie vojny [Military discourse and the discursive dimension of war]. *Kultura narodov Prichernomor'ya. Filologicheskie nauki – Culture of the Black Sea peoples. Philological sciences*, 116, 22–24 [in Russian].
- Ivanov, A.G. (2019). Mifologema geroya v strukture soczialnogo mifa [The mythology of the hero in the structure of social myth]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Tomsk State University*, 441, 80–88. DOI: 10.17223/15617793/441/11 [In Russian].
- Jorgensen, M., & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage Publications [in English].
- Jung, C. G. (1968). *The archetypes and the collective unconscious*. 2nd ed (R. F. Hull, Trans.). Princeton, NJ: Princeton University Press [in English].

- Kasavin, I.T. (2007). Diskurs-analiz i ego primenenie v psikhologii [Discourse analysis and its application in psychology]. *Voprosy psikhologii – Issues of psychology*, 6, 97–119 [In Russian].
- Keil, F.C. (2006). Explanation and Understanding. *Annu Rev Psychol*, 57, 227–254. DOI: 10.1146/annurev.psych.57.102904.190100 [In English].
- Kozhina, M.N. (2002). Czelyj tekst kak obekt stilistiki teksta [Whole text as an object of text stylistics]. *Rechevedenie i funkczionalnaya stilistika: voprosy teorii: izbr. trudy*. Perm: Perm. Un-t, PSI, PSSGK [In Russian].
- Kozlovskij, S.V. (2016). Ilya Muromecz i ego vremena: istoriografiya i perspektivy izucheniya obraza bylinnogo geroya [Ilya Muromets and his time: historiography and prospects for studying the image of an epic hero]. *Paleorosiya. Drevnyaya Rusvo vremeni, v lichnostyakh, v ideyakh – Paleorosiya. Ancient Russia in time, in personalities, in ideas*, 5, 177–189 [In Russian].
- Lazarev, V.A., Laskova, M.V. (2020). Lingvostilisticheskie i interpretacionnye osobennosti angloyazychnykh militarykh slengizmov v neoficzialnom militarykh diskurse [Linguistic and interpretive features of English-language military slangisms in the unofficial military discourse]. *Izvestiya Yuzhnogo federalnogo universiteta*, 2, 103-111. DOI: 10.18522/1995-0640-2020-2-103-111 [In Russian].
- Lazarus, S. (1993). Coping Theory and Research: Past, Present, and Future. *Psychosomatic Medicine*, 55, 234–247 [In English].
- Mark, M., & Pearson, C. (2001). *The hero and the outlaw: building extraordinary brands through the power of archetypes*. New York: McGraw-Hill [in English].
- Martin, R. (1990). Wright on Explanation and Understanding: An Appraisal. *History and Theory*, 29(2), 205–233. DOI: 10.2307/2505226 [In English].
- McAdams, D.P. (2008). Personal narratives and the life story. In O.P. John, R.W. Robins, & L.A. Pervin (Eds.). *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 242–262). The Guilford Press [in English].
- Neumann, E. (1954). *The origins and history of consciousness*. Princeton University Press [in English].
- Ogiyenko, I.S. (2012). Dyskurs ta pidxody do jogo analizu: poglyady na problemu suchasnyx anglo-movnyx doslidnykiv [Discourse and approaches to its analysis: views on the problem of contemporary English-speaking researchers]. *Naukovi zapysky Nacional'nogo universytetu «Ostrozka akademiya» – Scientific Notes of Ostroh Academy*, 23, 98–102 [in Ukrainian].
- Procyk, I.V. (2009). Ponyattya arxetypu v naukovij literaturi: genetyko-teoretychnyj aspekt [The concept of archetype in the scientific literature: genetic and theoretical aspect]. *Visnyk Zaporizkogo nacionalnogo universytetu – Bulletin of Zaporizhia National University*, 2, 56 – 67 [in Ukrainian].
- Pysarenko, Yu. (2003). Arxayichni vytyky obrazu «narodnogo geroya» [Archaic origins of the image of the “people’s hero”]. *Socium. Almanax socialnoyi istoriyi – Society. Almanac of Social History*, 2, 209–222 [in Ukrainian].
- Romakh, O.V., Aksenov, F.O. (2014). Antropologicheskie obosnovaniya simvola «Narodnogo geroya» v sisteme koordinat kultury [Anthropological substantiation of the symbol of the “People’s Hero” in the cultural coordinate system]. *Mezhdunarodnyj zhurnal eksperimentalnogo obrazovaniya – International Journal of Experimental Education*, 3-1, 70–74 [In Russian].
- Ruiz Ruiz, J. (2009). Sociological Discourse Analysis: Methods and Logic. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 10 (2). URL: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1298/2882>. DOI: 10.17169/fqs-10.2.1298 [in English].
- Savelyuk, N. (2017). *Psikhologiya rozuminnya religijnogo diskursu [Psychology of understanding religious discourse]*. Kiyiv: KNT [In Ukrainian].

- Schlegel, R.J., Hick, s J.A., King, L.A., Arndt, J. (2011). Feeling Like You Know Who You Are: Perceived True Self-Knowledge and Meaning in Life. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37 (6), 745–756. DOI: 10.1177/0146167211400424 [in English].
- Shadraconis, S. (2013) Leaders and Heroes: Modern Day Archetypes. *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, 3 (1). DOI: 10.5642/LUX.201303.15 [in English].
- Shevchenko, A.S. (2012). *Teatralnyj diskurs: struktura, zhanry, osobennosti lingvisticheskoy reprezentacii* [Theatrical discourse: structure, genres, features of linguistic representation]. (Candidate dissertation). Sankt-Peterburg [In Russian].
- Shhegolikhina, S.N. (2013). Obraz amerikanskogo voennogo v khudozhestvennykh filmakh Gollivuda [The image of the American soldier in Hollywood feature films]. *Metamorfozy istorii – Metamorphoses of history*, 322–351[in Russian].
- Sklejnis, V.A. (2019). Arkhetipicheskie aspekty dinamiki smyslovykh struktur [Archetypal aspects of the semantic structures dynamics]. *Psikholog – Psychologist*, 2, 1–8. DOI: 10.25136/2409-8701.2019.2.28386 [In Russian].
- Suravneva, I.M., Fedorov, V.V. (2008). *Fenomen geroizma* [The phenomenon of heroism]. Moskva: Izdatelstvo LKI [In Russian].
- Teun A. van Dijk (2014). Discourse-Cognition-Society. Current State and Prospects of the Socio-Cognitive Approach to Discourse. In C. Hart and P. Cap (Eds.). *Contemporary Critical Discourse Studies* (pp. 121–146). London: Bloomsbury Academic [in English].
- Ulanov, A.V. (2014). *Voennyj diskurs russkogo yazyka XIX — nachala XX v.v spektre yazykovoj evolyucii* [The military discourse of the Russian language of the 19th – early 20th centuries in the spectrum of language evolution]. Omsk: Izdatelstvo «Litera» [in Russian].
- Voevodina, L.N. (2012). Struktura mifologicheskogo obraza i soczialnaya dramaturgiya [The structure of the mythological image and social drama]. *Vestnik MGUKI – Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*, 1 (45), 50–55 [In Russian].
- Yacenko, T.S. (2011). Do problemy piznannya indyvidualnoyi nepovtornosti arxetypnoyi symboliky [To the problem of individual uniqueness of archetypal symbolism]. *Naukovyj chasopys NPU imeni M. P. Dragomanova – Scientific journal M.P. Drahomanov National Pedagogical University*, 33 (57), 15–27 [in Ukrainian].
- Yurij, M., Aleksiyevecz L. (2017). Arxetyp i mentalnist cherez pryzmu istoriyi [Archetype and mentality through the prism of history]. *Ukrayina-Yevropa-Svit. Mizhnarodnyj zbirnyk naukovyx pracz – Ukraine-Europe-Svit. International collection of scientific works*, 19, 16 – 24 [in Ukrainian].

## Sources

- FB (Facebook). “Військова служба – Military service”. Retrieved from <https://www.facebook.com/groups/655994877875713/>.
- FB (Facebook). “Збройні Сили України – Armed Forces of Ukraine”. Retrieved from <https://www.facebook.com/groups/ukr.military/>.



## **АРХЕТИПІЧНІ АСПЕКТИ ОБРАЗУ ГЕРОЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ НЕІНСТИТУЦІЙНОМУ ВІЙСЬКОВОМУ ДИСКУРСІ**

**Тетяна ХРАБАН,**  
кандидат філологічних наук,  
завідувач кафедри іноземних мов  
Військового інституту телекомунікацій та інформатизації  
(м. Київ, Україна)

### **Анотація**

**Мета статті** – дослідження специфіки архетипічних аспектів образу Героя в сучасному українському неінституційному військовому дискурсі.

**Матеріали й методи дослідження.** У дослідженні було використано дискурс-аналіз, спрямований на виявлення характеристик архетипічних образів і мотивів. Застосування психоаналітичної інтерпретації як особливої пізнавальної установки, найбільш характерними рисами якої є акцентуація смислів і допущення самодостатності переживання, або досвіду, спрямувало увагу на закладену в тексті символіку несвідомого, універсальні значення й психологічні механізми. Матеріалом для статті послужили текстові фрагменти, фотографії й коментарі до них загальним обсягом 912 одиниць, які розміщені протягом 2020 року на сторінках груп соціальної мережі Facebook «Military service – Військова служба», «Збройні Сили України».

**Результати й дискусії.** Міфологічний архетип Героя-рятівника лежить в основі сюжетних матриць, що представлені в українському неінституційному військовому дискурсі. У дискурсі простежується стійкість міфологічного сюжету. Так, були відзначені типові дієві етапи одиссеї міфологічного Героя: початок пригод міфологічного Героя провокує катастрофа, яка є наслідком злочинних дій недоброзичливців; Герой відправляється в подорож із метою відновлення порушеної гармонії; злочинці діють усупереч, але Герой проходить шлях випробувань і завойовує свою нагороду. Його тріумф може бути представлений як визволення свого народу від тирана. Звернення до міфологічного сюжету несе прагматичне навантаження: для подолання стресу військовим необхідна впевненість у щасливому розв'язанні проблемної ситуації (військового конфлікту на Сході України), і міфологічний Герой допомагає їм підвищити впевненість у собі. Таким чином, в українському неінституційному військовому дискурсі простежується взаємозв'язок між зверненням до міфологічної свідомості й копінг-стратегіями. У ході дослідження було відзначено тенденцію відхилення архетипічних образів від архаїчного архетипу: у військовому дискурсі домінує модель Героя з акцентом на християнську есхатологічну парадигму. Мотив принесення жертви, який супутній фігурі Героя, формує архетипний образ Героя-праведника.

**Висновки.** В українському неінституційному військовому дискурсі домінують дві моделі Героя. Перша модель характеризується масштабністю й гіперболізацією. Це образ Героя-надлюдини, що поєднує в собі риси святого й лицаря, супергероя, подібного міфологічним героям, богам, титанам. Друга модель є збірним образом української народної культури. В образі народного Героя актуалізуються риси трудівника, який не є професійним військовим, це мирна людина. Цей архетипний образ відрізняють реалістичність і контрастність образу супергероя.

**Ключові слова:** *архетип Герой, архетипний образ, неінституційний військовий дискурс.*

*Submitted to the editor – 16.04.2021*

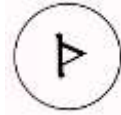
*Reviewed – 23.05.2021*

*Accepted for printing – 02.07.2021*

*Подано до редакції – 16.04.2021*

*Рецензовано – 23.05.2021*

*Прийнято до друку – 02.07.2021*



## APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES



## ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

### COMMUNICATION PLATFORMS: A MODER VISION

**Angelica Dosenko,**

*Candidate of Sciences in Social  
Communications,*

*Associate Professor,*

*E-mail: [likadosenko@gmail.com](mailto:likadosenko@gmail.com)*

*<https://orcid.org/0000-0002-5415-1299>*

*Department of Journalism and New  
Technologies*

*Borys Hrinchenko University of Kyiv,  
Bulvarno-Kudryavska Street, 18/2, Kyiv,  
Ukraine, 04053.*

*Citation:*

Dosenko, A. (2021). Communication Platforms and  
Social Networks:

Definition of Definitions. *Social Communications:  
Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI:

10.51423/2524-0471-2021-12-1-4

Retrieved from

<https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Dosenko A., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

#### Annotation

**The aim.** *There is a theoretical justification for the phenomenon of «Communication Platform». The applied social and communication technologies there is a layering of terminological apparatus: classification and identification of terms and theoretical and methodological basis. One of such phenomena is the development of communication platforms, which are separated into an independent definition and depart from Internet platforms and social networks. It is important to study the development of platforming as a process of forming platforms of different types and cluster formation.*

**Research methods.** *The method of theoretical analysis is used to study the existing points of view and clearly derive the definition of «communication platform». A method of comparison to derive the author's vision of the existence and functioning of the characteristics of the definition of «Communication Platform» and distinguish it from other types of platforms.*

*The method of sociological survey contributed to the practical vision of the communication platform as an independent unit that is able to raise socially important issues and help solve difficult issues.*

**The results** *of the study showed the difference between the terms «Social Networks» and "Communication Platform". There is a classification of platforms, the difference between them. The own vision of the terminological unit is given. This approach demonstrated the need for further scientific study of the phenomenon, the need to unify the approach to the description of platforming as a process in applied social and communication technologies. Social networks as a*

*communication unit are considered in detail, the features that distinguish platforms and social networks are described.*

*The conclusions emphasize the further need to study communication platforms as applied scientific units. The definition of the phenomenon taking into account the author's vision is offered. Emphasis is placed on the features inherent in communication platforms.*

**Key words:** communication platform, social networks, web platforms, internet, users.

## КОМУНІКАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ: СУЧАСНЕ БАЧЕННЯ

**Анжеліка Досенко,**

*кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри журналістики й новітніх технологій  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
(м. Київ, Україна).*

### Вступ

Прикладні соціально-комунікаційні технології під час пандемії почали стрімкий розвиток. Вагомим внеском у формування сучасного медійного поля є комунікаційні платформи, де відбувається циркуляція інформаційного поля. Загальні тенденції розвитку XXI століття знаменуються інноваційними шляхами формування інформаційно-комунікаційних процесів, що «не тільки забезпечує користувачів усіма можливими інструментами для спілкування, а також є засобом створення нової інформації» (Химиця, 2017). Така тенденція окреслилася через прагнення висвітлювати питання різної тематики й характеру, зокрема соціальних і політичних, локальної та міжнародної тематики.

*Метою статті є теоретичне обґрунтування явища «комунікаційна платформа».*

*Завдання статті:*

- окреслення бачення комунікаційних платформ;
- вивчення сприйняття українцями різниці між соціальними мережами, інтернет-платформами, комунікаційними платформами, веб-платформами, рекламними платформами.

Вивченням інтернет-комунікацій активно займаються сучасні медіазнавці. Досліджуючи феномен комунікаційних платформ, ми проаналізували праці Кіци М., Курбана О., Онищенко О., Тишко В., Турчина А., Філіна О., Химиці М. тощо.

### Методи й методики дослідження

Було використано такі *методи дослідження*: метод теоретичного аналізу використаний для вивчення існуючих точок зору та чіткого формулювання поняття «комунікаційна платформа»; метод порівняння для презентації авторського бачення щодо існування та функціонування характеристик дефініції «комунікаційна платформа» та відмежування його від інших типів платформ; метод опитування був задіяний для практичного бачення комунікаційної платформи як унікальної одиниці.

### Результати й обговорення

Загальні тенденції створення контенту підкреслюються ще й можливістю оприлюднення інформаційного ресурсу без цензури, що також накладає свій відбиток на формування комунікаційного поля інтернету. Варто звернути увагу не тільки на негативні, але й на позитивні концепції формування сучасного інформаційного простору в мережі.

Генерування контенту комунікаційних платформ, які ми розглядаємо з огляду на зону дифузності із соціальними мережами, формують і якісні відомі медіа. «Значну частину контенту соціальних мереж формує періодична преса та новини ЗМІ. Он-лайн медіа пропонують дослідникам і читачам оперативне оновлення новин. Такий контент також супроводжується численними коментарями, репліками, а також великими інформаційними додатками, що підтверджують актуальність і об'єктивність інформації або, навпаки, спростовують недостовірність фактів» (Химиця, 2017).

Фундаментальними для контенту інтернет-середовища є мультимедійні складові. Переважна більшість медіа, які функціонують у мережі, мають фото- та відеоматеріали. Нині текст без подібних елементів не існує в інтернет-медіапросторі. Такі матеріали можуть повномірно відображати явище чи подію. Провідною перевагою такого підходу є можливість комплексно та першоджерельно презентувати подію, прокоментувати її, ознайомити з наслідками споживачів. Тут варто говорити про комплексність такого інформаційного висвітлення, адже інформування відбувається в декількох форматах: текстовому та відео (аудіо, фото). «Комплексність передбачає текстовий супровід документа, який розшифровує місце, час події, дає миттєву або динамічну фіксацію зображених фактів, відображаючи їх найхарактерніші особливості» (Химиця, 2017). Варто також брати до уваги й фактор персоніфікованості, адже механізм сприйняття інформації крізь призму власної картини світу є типовим для кожної людини.

Нині комунікаційні платформи є однією із провідних технологій інформаційного розповсюдження. Близькими до перших є соціальні мережі. Для відокремлення явища один від одного варто більшу увагу приділити дослідженню других.

На думку М. Кіца, «...саме можливість пошуку інформації, тобто самостійного виокремлення того масиву даних, який потрібний користувачеві, дає змогу економити час і концентруватися на важливому, не витрачаючи зайвої уваги на інформаційний непотріб» (Кіца, 2018). Перевірка призводить до більш упередженого ставлення до традиційних медіа. Усе важче стає нав'язувати думки цільовій аудиторії, адже, маючи нескінченні ресурси з усього світу, читач має змогу порівнювати, аналізувати, зіставляти й робити висновки. Нині відсутнє явище інформаційного голоду, оскільки кожен, хто знає мову (будь-яку іноземну) і має технічні складові, має змогу передплачувати й читати медіа країн світу, постити, коментувати медіаматеріали, висловлюючи свою думку. Беззаперечним є те, що й соціальні мережі, і комунікаційні платформи – потужні інформаційно-комунікаційні майданчики, прикладні соціально-комунікаційні технології, що виконують спектр завдань. Отже, варто детальніше проаналізувати наукові термінологічні дефініції обох явищ. На думку М. Кіца, «...соціальна мережа – це інтерактивний, з великою кількістю користувачів веб-сайт, контент якого наповнюють самі учасники. Сайт становить автоматизоване соціальне середовище, яке дає змогу спілкуватися групі користувачів, об'єднаних загальним інтересом. Теоретично як соціальну мережу можна розглядати будь-яку онлайн спільноту» (Кіца, 2018). Онищенко О.С зазначає, що «...соціальна мережа утворюється читачами тематичного співтовариства, створеного на будь-якому сервісі блогів. Багато професійних співтовариств перетворилися на інструмент пошуку людей і пошуку роботи» (Онищенко, Горовий, Попик та ін., 2013). Дослідження слід робити, спираючись на потребу виникнення соціальних мереж, що було обумовлено потребою суспільства висловлюватися й бути почутими. Потреба в постійному інформаційному оновленні була реалізована й традиційними медіа, але виникла інша необхідність – отримувати інформацію від собі подібних, від пересічних громадян, які не стануть виголошувати неправду таким же членам суспільства, як і сам. Одним із найуживаніших є таке визначення соціальних мереж: «...це віртуальний майданчик, що забезпечує своїми засобами спілкування, підтримку, створення, розбудову, відображення та організацію соціальних контактів, зокрема і обмін даними між користувачами, який передбачає попереднє створення облікового запису» (Тишко, 2014).

М. Кіца зазначає, що «соціальна мережа – це структура, що ґрунтується на контактах індивідів між собою або ж на основі їхніх взаємних інтересів. Ключовим поняттям цього об'єднання окремих суб'єктів є діяльність зв'язків поміж ними, яка передбачає постійну взаємодію, взаємовплив. Коли ми називаємо журналістику соціальним інститутом, який працює на забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, без чого неможливе оптимальне функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства загалом як саморегульованої системи, то соціальні мережі істотно доповнюють цю місію» (Кіца, 2018). Отже, вибір долучитися до певної мережевої спільноти виникає в людини абсолютно добровільно або умовно добровільно, якщо не враховувати елементи нав'язування, модних тенденцій тощо. Добровільність долучення стимулює людину бути відкритою, створювати цікавий контент, що стимулюватиме цікавість до його сторінки з боку інших користувачів. Лідер думки створює власні спільноти в соціальних мережах, стимулює їх розвиток, генерує контент та веде зворотний зв'язок зі своєю читацькою аудиторією. Журналісти часто є лідерами думок та певних мережевих спільнот, авторами сторінок та платформ, що користуються популярністю. У такому випадку подібні сторінки можуть повноцінно конкурувати із традиційними медіа, адже інформація від такого автора із психологічної точки зору не може сприйматися як хибна. Поширення інформації від медіа або за їх співпраці дозволяє підтримувати сторінку журналіста-блогера в статусі достовірного джерела інформації. «За попередніми дослідженнями автора, журналісти найчастіше використовують у своїй роботі такі соціальні мережі: 1) Facebook – для пошуку інформації, установлення контакту з коментаторами; 2) Twitter – для оперативного отримання новин із різних куточків світу, відстеження трендів; 3) Instagram – як джерело фотографій; 4) Tumbler – для пошуку фото та думок/натхнення; 5) Вконтакте – для збору інформації про людину; 6) Foursquare – щоб бути в курсі, де відпочивають і проводять час відомі особистості (також для цього використовують Instagram)» (Онищенко, Горовий, Попик та ін., 2013).

Такі сторінки в соціальних мережах демонструють результати інформаційно-комунікаційної діяльності автора, демонструючи доробок автора, а кількість підписників – авторитет.

У наукових колах пропонуються класифікації соціальних мереж. Зокрема, «по-перше – особисті щоденники – блогосферу, починаючи з ЖЖ; по-друге – створення особистих і ділових зв'язків; по-третє – створення особистого персонального інформаційного менеджера» (Кіца, 2018). Варто наголосити, що, на нашу думку, блогосферу не варто ототожнювати із соціальними мережами, адже вони мають принципово різні категоріальні ознаки. Блогосфера є кластером, тобто цілим видом, що має підвиди, жанрові ознаки. Блоги можуть бути розміщеними в соціальних мережах, а соціальна мережа в блогосфері – ні.

На думку Турчина А., є класифікації соціальних мереж за географічною приналежністю, за спрямуванням, за видами. Автор доходить висновку, що класифікація цієї категоріальної одиниці є досить умовною.

Сучасні медіазнавці активно вивчають тематичні соціальні мережі, виокремлюючи там не тільки окреслення тематики та проблематики для соціуму, але й психологічні портрети авторів, прагнення бути лідером. Основною рисою тематичних мереж є об'єднання навколо себе користувачів за інтересами (політичними, музичними, кулінарними).

Можна припустити, що соціальні мережі варто класифікувати на дві групи: загальнотематичні й тематичні.

Розвиток соціальних мереж суттєво вплинув на роботу традиційних медіа у всьому світі. Із виникненням та розвитком мобільних технологій виникає можливість не тільки прямої інформаційної передачі, але й потужного зворотного зв'язку між усіма членами групи.

Доцільним для нашого дослідження вважаємо вивчення та презентацію більш широкого феномену. Ідеться про комунікаційні платформи та платформінг.

Платформінг – це процес, що дозволяє розподіляти комунікаційні одиниці (платформи) між собою, деталізувати їхні ознаки, класифікувати й описувати процес утворення нових. Тут слід виокремити такі види: веб-платформи, інтернет-платформи, інтернет-магазини, рекламні платформи та комунікаційні. Кожен із зазначених видів має специфічні риси, що виокремлюють їх у певну категорію, роблячи самостійною функціональною одиницею. Процес цей довгий та складний. Він проходить етапи становлення та розвитку у вітчизняній медійній та комунікативній сферах. Платформінг, подібно до блогосфери, утворює унікальне середовище існування, сприятливе не тільки для розвитку прикладних технологій, але й для процесів інформаційно-комунікаційної специфіки. Ми розглядаємо платформінг із позиції кластеру, адже формується цілий клас платформ із різними типологічно-видовими ознаками. З огляду на розвиток «соціальних комунікацій» в Україні є важливим виокремлення кластерів, що стимулюють розвиток наукової галузі та сприяють практико-орієнтованій діяльності не тільки журналістів, але й нації.

Визначення поняття «комунікаційна платформа» у науковій літературі практично не існує. Саме через це її вивчення є таким актуальним та необхідним з огляду на стрімкий розвиток прикладних соціально-комунікаційних технологій.

Варто вивчати з огляду на основний осередок існування інтернет. Інтернет-платформа ідентифікується як багатоцільова платформа, де розміщуються результати практичної роботи фахівців у галузі веб. Ідеться про мережеві магазини, корпоративні сайти, соціальні мережі тощо. З огляду на таку детермінацію ми вже не можемо ототожнювати соціальні мережі й платформи. Очевидним є те, що поняття платформи є ширшим за соціальні мережі.

Інтернет-платформу можна порівнювати з явищем платформи для сайтів. Сучасні науковці відзначають: «...це набір скриптів та програмних рішень для створення повноцінного функціонального ресурсу. Такі платформи пропонують комплексні рішення у створенні порталів різної складності...» (Турчин, 2016).

На нашу думку, у прикладних соціально-комунікаційних технологіях замало говорити про один із типів платформи, адже розвивається феномен платформінгу, тобто процес нашарування в мережі платформ різного характеру та призначення.

Комунікаційна платформа – це авторський проєкт користувача мережі, що допомагає висловити певну точку зору чи соціально важливу інформацію для аудиторії автора, із наявністю мультимедійного контенту різного характеру: культурного, спортивного, політичного тощо. Основна відмінність комунікаційних платформ від блогів: вони не містять публікації приватного характеру, а орієнтовані на маси. На відміну від блогів, тут нема записів хронологічного характеру з описом власного психологічного стану, депресії тощо. Комунікаційна платформа завжди спрямована на загальне, піднімає соціально важливі теми та завжди тримає зворотний зв'язок із читацькою аудиторією, у той час як блогер (на свій розсуд) може обмежити кількість читачів (наприклад, приналежність до закритих груп) або закрити сторінку налаштуваннями приватності. Варто згадати, що є вже так звані блог-платформи, що існують у форматі окремого сервісу.

Подібний сервіс уже має низку шаблонів для ведення блогу, але автор веде його самостійно. Змінювати шаблони дизайну можна на 80%. Незручність полягає в тому, що самостійно налаштувати блог важко. Є питання щодо приналежності контенту, що з юридичної точки зору автоматично потрапляє до власника платформи. Автор обмежений у свободі слова, можливості самовиразитися, опублікувати власні спостереження чи результати дослідження. Такий контент не є власне авторським, навпаки, частково підпадає під Закон України «Про авторське право та суміжні права».

Блог-платформи за своєю типологією можна розподілити на професійні, напівпрофесійні та загальні.

На відміну від блог-платформ, комунікаційні платформи завжди орієнтовані на безкоштовне інформаційне розповсюдження. Професійні, а інколи й напівпрофесійні блог-платформи використовують платні хостинги, поєднуються з орендою програмного забезпечення. Загальні платформи, що розраховані на маси, переважно безкоштовні через використання масового веб-сервісу. «Через це в професійних блог-платформах соціальних зв'язків між користувачами менше, але вони більш таргетовані (цільові). На масових блог-платформах соціальна зв'язність виходить на перший план, підпорядковуючи професійну» (Курбан, 2016).

Через свою специфіку комунікаційні платформи перетворюються на інноваційне медіа, який має унікальний характер. Вони дають можливість обговорити важливі соціальні теми, конфлікти, висвітлити розв'язання проблеми, дати можливість висловитися читачам, продемонструвати рівень актуальності проблеми.

Для чіткого розмежування комунікаційних платформ та інших одиниць, що також є важливими для розвитку прикладних соціально-комунікаційних технологій, нами було проведено невелике опитування. Анкетування проводилось у гугл-формі, та перший етап носив характер бліц-опитування.

Чи розумієте ви різницю між такими поняттями: «соціальні мережі», «інтернет-платформа», «комунікаційна платформа», «веб-платформа», «рекламна платформа»? Кількість респондентів – 207 осіб, серед яких – 106 жінки та 101 чоловік. Варто зазначити, що проаналізовані нами платформи були такі:

- соціальні мережі: Facebook, Twitter, Instagram;
- інтернет-платформи: Rumie, Teams;
- комунікаційні платформи: Dingtalk, Greencubator;
- рекламні платформи: Airpush, Unity ads, StartApp.

Це не всі платформи, що існують, і, можливо, не надпотужні чи популярні. Усі носять різний характер, мають різне призначення, природу діяльності й контент. Їхнє існування спонукає нас до глибокого вивчення структурних одиниць сучасного платформінгу.

Ми звели в таблицю позитивні відповіді, які отримали від респондентів.

Таблиця 1. Різниця понять термінологічного апарату.

Соціальні мережі	Інтернет-платформа	Комунікаційна платформа	Веб-платформа	Рекламна платформа
92%	85%	55%	81%	95%

Отримані результати демонструють, що українська інтернет-аудиторія чітко ідентифікує поняття «соціальна мережа» та «рекламна платформа», виокремлює її з-поміж інших дефініцій, має уявлення про їх існування, призначення та часто користується.

Наступним у рейтингу є поняття «інтернет-платформа», яке відзначили 85% опитаних. Українці мають уявлення, що є таке поняття, розуміють призначення «інтернет-платформи», але не бачать суттєвої різниці від «веб-платформи». Переважна більшість опитаних ототожнює ці два поняття, не розрізняючи їх.

Комунікаційна платформа займає найнижчі позиції – 55% опитаних. Це демонструє необхідність подальшого дослідження зазначеного явища, потребу в його ідентифікації, детальному описі, виокремленні специфічних рис, притаманних саме їм.

Комунікаційну платформу варто визначати як відокремлений структурний елемент інтернету, що висвітлює соціально важливу проблематику для певної категорії населення.

*Комунікаційна платформа* розглядається автором як елемент електронного комунікаційного середовища, що має змогу пропонувати різноманітну тематику для



обговорення; містить гіпертексти, носить переважно розважальний характер (хоча присутні елементи соціальної, політичної й іншої тематики), має елементи крос-медійності.

Як соціально-комунікаційні одиниці платформи мають низку ознак, що відокремлюють їх від подібних.

У КП є характерні ознаки:

- наявність автора (адже кожна з них ведеться від імені людини чи команди);
- розкриття теми (повне або часткове);
- існування в електронному середовищі;
- висвітлення актуальних соціальних питань.

Також варто наголосити на тому, що комунікаційні платформи можна розподілити на такі:

- приватні (тобто моноавторські);
- колективні (тобто ті, які ведуть декілька людей);
- корпоративні (ті, які належать організаціям та ведуться в цілях рекламування її діяльності).

Комунікаційна платформа є важливим інформаційно-комунікаційним інструментом, що починає етап свого активного розвитку.

## Висновки

У ХХІ столітті прикладні соціально-комунікаційні технології потребують деталізації й опису. Розвиток сучасної наукової галузі потребує детального вивчення процесу платформінгу як розвитку утворення середовища для розвитку комунікаційних платформ як одного з важливих різновидів. Платформінг сприяє виокремленню типологічного ряду платформ, виокремлення їх серед соціальних мереж та блогів.

Комунікаційні платформи, перебуваючи на етапі свого активного становлення, набувають специфічних рис, що типологізують їх як вид. До них належать висвітлення соціально важливих тем, демонстрація розв'язання проблеми, безкоштовне інформаційне розповсюдження, орієнтація на загал.

Комунікаційну платформу варто розглядати як авторський проєкт, що здатен орієнтуватися на широку аудиторію, бути переважно безкоштовним для читацької аудиторії, містить політематичний мультимедійний контент.

Комунікаційні платформи – явище переважно нове у прикладних комунікаційних технологіях. Воно «перекочувало» до «соціальних комунікацій» із галузі ІТ-технологій, саме тому важко віднайти його визначення в теоретичному спектрі комунікативістики.

КП варто відокремлювати як самостійні прикладні одиниці, що потребують глибокого вивчення та детального опису. Першочергово його слід відокремити від соціальних мереж та рекламних платформ. Варто наголосити, що є схожі риси «інтернет-платформ» та «комунікаційних платформ». Такі концептуально важливі завдання вбачаємо перспективами наших подальших наукових розвідок.

## Література

- Кіца, М. (2018). Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці. *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository*, № 896, 98–105. <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.107>
- Курбан, О. (2016). Загальна характеристика сучасного інтернет-простору в контексті використання соціальних онлайн-мереж. *Поліграфія і видавнича справа*, № 1(71), 216–225.

- Онищенко, О. С., Горовий, В. М., Попик, В. І. та ін. (2013). *Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства*. Київ, 220. <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0003166>
- Тишко, В.О. (2014). Роль соціальних мереж у навчальному процесі. [http://informatika.udpu.org.ua/?page\\_id=1207](http://informatika.udpu.org.ua/?page_id=1207)
- Турчин, А. (2016) Класифікація соціальних мереж. Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки. У: *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції*, 23–25 листопада 2016 року, м. Кропивницький, Україна, (206).
- Філіна, О. (2020). Роль та види контенту при просуванні в соціальних мережах. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, № 1(31), 75–81.
- Химиця, Н. (2017). Соціальні мережі як інноваційний засіб формування історичної інформації. *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository* <http://ena.lp.edu.ua>

## Reference

- Kitsa, M. (2018). Rol sotsialnykh merezh u suchasni zhurnalistytsi. *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [The role of social networks in modern journalism]*, № 896, 98–105. <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.107> [In Ukrainian].
- Kurban, O. (2016). Zahalna kharakterystyka suchasnoho internet-prostoru v konteksti vykorystannia sotsialnykh onlain-merezh [*General characteristics of the modern Internet space in the context of the use of social online networks*]. *Polihrafiia i vydavnycha sprava – Printing and publishing*, № 1(71), 216–225 [In Ukrainian].
- Tyshko, V.O. (2014). Rol sotsialnykh merezh u navchalnomu protsesi Umanskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Pavla Tychyny. [*The role of social networks in the educational process Uman State Pedagogical University named after Pavel Tychyna*]. [http://informatika.udpu.org.ua/?page\\_id=1207](http://informatika.udpu.org.ua/?page_id=1207) [In Ukrainian].
- Onyshhenko, O. S., Gorovyj, V. M., Popyk, V. I. ta in. (2013). *Sotsialni merezhi yak chynnyk rozvytku hromadianskoho suspilstva [Social networks as a factor in the development of civil society]*. Kyiv, 220. <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0003166> [In Ukrainian].
- Turchyn, A. (2016). Klasyfikatsiia sotsialnykh merezh Aktualni zadachi i dosiahnennia u haluzi kibernetiky [Classification of social networks Current challenges and achievements in the field of cybernetics]. *Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii – Proceedings of the All-Ukrainian scientific-practical conference*, 206 [In Ukrainian].
- Filina, O. (2020). Rol ta vydy kontentu pry prosuvanni v sotsialnykh merezhakh [*The role and types of content in promotion on social networks*]. «*Ekonomika. Menedzhment. Biznes*» – *Economy. Management. Business*, № 1(31), 75–81 [In Ukrainian].
- Khymytsia, N. (2017). Sotsialni merezhi yak innovatsiinyi zasib formuvannia istorychnoi informatsii [*Social networks as an innovative means of forming historical information*]. *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository*. <http://ena.lp.edu.ua> [In Ukrainian].

## КОМУНІКАЦІЙНІ ПЛАТФОРМИ: СУЧАСНЕ БАЧЕННЯ

**Анжеліка Досенко,**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри журналістики й новітніх технологій  
Київського університету імені Бориса Грінченка  
(м. Київ, Україна).

**Мета дослідження** – теоретичне обґрунтування явища «комунікаційна платформа».

Нині в прикладних соціально-комунікаційних технологіях відбувається нашіарування термінологічного апарату: класифікація та ідентифікація термінів і теоретико-методологічної бази. Одним із таких явищ вважаємо розвиток комунікаційних платформ, що виокремлюються в самостійну дефініцію та відходять від інтернет-платформ та соціальних мереж. Актуальним є вивчення розвитку платформінгу як процесу формування платформ різного виду й утворення кластеру.

**Методи дослідження.** Метод теоретичного аналізу використано для вивчення існуючих точок зору та чіткого формулювання визначення поняття «комунікаційна платформа». Метод порівняння – для презентації авторського бачення щодо існування та функціонування характеристик дефініції «комунікаційна платформа» та відокремлення її від інших типів платформ. Метод соціологічного опитування сприяв практичному баченню комунікаційної платформи як самостійної одиниці, що здатна піднімати соціально важливі теми та сприяти вирішенню важких питань.

**Результати** дослідження продемонстрували відмінність між термінами «соціальні мережі» та «комунікаційна платформа». Наявна класифікація платформ, різниця між ними. Наведено власне бачення термінологічної одиниці. Такий підхід продемонстрував потребу в подальшому науковому вивченні явища, необхідність уніфікації підходу до опису платформінгу як процесу в прикладних соціально-комунікаційних технологіях. Детально розглянуто соціальні мережі як комунікаційну одиницю, описано риси, що відрізняють між собою платформи й соціальні мережі.

**Висновки** акцентують увагу на подальшій необхідності вивчення комунікаційних платформ як прикладних наукових одиниць. Запропоновано визначення явища з огляду на авторське бачення. Акцентується увага на рисах, притаманних саме комунікаційним платформам.

**Ключові слова:** комунікаційна платформа, соціальні мережі, веб-платформи, інтернет, користувачі.

Submitted to the editor – 28.03.2021

Reviewed – 18.05.2021

Accepted for printing – 09.07.2021

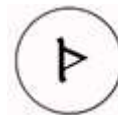
Подано до редакції – 28.03.2021

Рецензовано – 18.05.2021

Прийнято до друку – 09.07.2021



## SPECIAL FEATURES OF ORGANIZING COMMUNICATION IN THE PROCESS OF DISTANT LESSONS PREPARATION ABROAD



**Irina Kurdyumova,**

*Doctor of Science in Pedagogy,  
Leading Researcher Center for  
Pedagogical,*

*Comparative Studies,*

*E-mail: irkur@yandex.ru*

<https://orcid.org/0000-0002-0364-7323>

*ResearcherID: AAD-6816-2018,*

*Center for Pedagogical,*

*Comparative Studies,*

*Zhukovsky Street, 16, Moscow,*

*Russia, 105062.*

*Citation:*

Kurdyumova, I. (2021). Special Features of Organizing Communication in the Process of Distant Lessons Preparation Abroad. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-10

Retrieved from

<https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Kurdyumova I., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

### Annotation

*Distance education has been lately very popular abroad. It is necessary to look through some special aspects of lessons construction in blended learning abroad. Many discussions took place abroad about different barriers in distant education. A low degree of communication is part of most barriers to distance education. Communication improvement in distance education greatly depends on capability to manage strategically one's learning and other people's learning. Teachers use more and more new information and communication technologies joined with computer supported collaborative learning. Some foreign researchers in their work use the terms "self-regulated learning", "socially shared regulation of learning", "computer supported collaborative learning", which illustrate technological activity in the process of distant learning. Because of such education, students form vitally important skills based in such key competencies as critical thinking, problem solving, teamwork, communication, collaboration, creativity, analytical and inter-cultural skills.*

**Key words:** *distance education, distance learning, barriers in distance education, communication, collaboration, self-regulation learning, computer supported collaborative learning, socially shared regulation of learning, key competencies.*

## ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ УРОКОВ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ЗА РУБЕЖОМ<sup>16</sup>

**Ирина Курдюмова,**

*доктор педагогических наук,*

*ведущий научный сотрудник,*

*Центр сравнительно-педагогических исследований*

*(Москва, Россия)*

### Введение

Цифровизация образовательной среды многократно усилилась в условиях вынужденной изоляции, вызванной распространением пандемии коронавируса по всему миру. Усилились позиции дистанционного обучения, которое прежде рассматривалось в

<sup>16</sup> Работа выполнена в рамках государственного задания ФГБНУ «Институт стратегии развития образования Российской академии образования» на 2021 год. Наименование проекта – «Обновление содержания общего образования». Направление 2 «Сопровождение обновления содержания общего образования».

большинстве стран лишь как дополнение к очному обучению в средней школе. Возникла необходимость по-новому взглянуть на особенности организации урока в средней школе в условиях доминирования дистанционного образования, пусть и временного, вызванного чрезвычайными обстоятельствами. За рубежом дистанционному обучению уделяется большое внимание. Наиболее перспективным с учётом имеющихся обстоятельств представляется развитие очно-дистанционного обучения в средней школе. В англоязычной литературе используется термин «смешанное обучение» (blended education). Употребляется даже термин «кибергогия» (Cybergogy) как обозначение стратегий для создания условий обучения онлайн (Wang, & Kang, 2006). Отмечается различие между дистанционным учением (distant learning) и дистанционным обучением (distant education). В статье делается попытка рассмотреть имеющийся за рубежом опыт организации коммуникации в условиях дистанционного обучения и его связь с развитием ключевых компетенций учащихся.

*Анализ последних исследований и публикаций.* Дистанционное образование определяется как «обучение и спланированное учение, при котором обучение осуществляется из другого места и предполагает коммуникацию с помощью технологий, а также специальной организации» (Moore, & Kearsley, 2012). Зарубежные исследователи подчёркивают различие между дистанционным учением и дистанционным обучением. Дистанционное обучение (distant education) является ответственностью образовательных организаций и инструктора; дистанционное учение (distant learning) – это то, что делает студент и что зависит от его ответственности. *Образование и учение* – это не одно и то же, их нельзя использовать как синонимы. Часто авторы говорят и об учении, и об обучении, используя один и тот же термин. В литературе на протяжении последних двух десятков лет использовались такие термины, как e-учение (e-learning), смешанное обучение (blended education), при котором одновременно используется дистанционное обучение и очное обучение в классе. Возникает множество новых терминов для описания взаимодействия ученика (учителя) и компьютера, а также группы учеников с помощью компьютера или другого электронного средства (девайса). Назовём некоторые из таких терминов. Это распространённое обучение (pervasive learning), мобильное обучение (mobile learning); а также онлайн-коммуникация (online communication), коммуникация, поддерживаемая с помощью компьютера (Computer-Mediated Communication).

Зарубежная литература насыщена дискуссиями относительно различных барьеров в дистанционном образовании. Обсуждение трудностей при дистанционном обучении началось с его появлением. Можно выделить несколько направлений: психологические, педагогические, технические, социальные, культурные и пр. (Berge, 1998). До некоторой степени все эти направления пересекаются (DABAJ, YETKİN, 2011).

В ряде работ показано, что с продвижением технологий возрастают возможности преодоления барьеров, в то же время возрастает сложность и уровень таких барьеров. Так интернет разрешил многие вызовы, возникающие перед учениками, но в то же время возникли и новые вызовы. Лёгкость доступа, быстрота коммуникации между студентами и преподавателем и относительно доступная стоимость при использовании интернета в дистанционном образовании значительно перевешивают его потенциальные недостатки.

Неэффективная коммуникация является частью большинства барьеров в дистанционном учении и обучении (Ozelkan, & Galambosi, 2012). Обстоятельства коммуникации могут возникнуть на всех стадиях процесса дистанционного обучения: при его конструировании, развитии, распространении или внедрении курсов дистанционного обучения. Изменения в межличностном взаимодействии при онлайн-коммуникации воспринимается многими участниками этого процесса как значительная потеря. Изначально считалось, что критичным для коммуникации при дистанционном обучении является географическая отдалённость учителя и учащихся. Значительным вызовом, возникающим

перед коммуникацией при дистанционном обучении, является чувство изоляции, которое ощущают студенты (Isman, a.o., 2003).

Педагогами могут быть использованы различные педагогические и технологические методы для преодоления коммуникационных барьеров. С приобретением опыта работы при онлайн-коммуникации и при определённых усилиях со стороны педагогов такое ощущение может снизиться.

Современные средства массовой информации изменяют способы коммуникации. *Facebook, Skype, Twitter YouTube* и многие другие мобильные средства (девайсы) используются в образовании, бизнесе, повседневной жизни как важные предпочтительные способы коммуникации.

Поскольку коммуникация продвигается с помощью разнообразных форм: межличностного общения, общения малых групп, массовых образований, межкультурных и контекстуальных пересечений, возникают большие возможности для изменений в процессе дистанционного обучения; в то же время, возникают большие сложности при необходимости преодоления большого разнообразия барьеров.

*Цель статьи* – изучить особенности организации коммуникации в дистанционном образовании за рубежом.

### Методы исследования

*Материалы и методы исследования.* Для достижения поставленной цели в работе использовались традиционные для сравнительной педагогики методы анализа, сравнения, а также методы категориального анализа понятий, используемых для описания феномена дистанционного образования. Речь идёт об информационных и коммуникационных технологиях, коллаборативном учении и его компьютерной поддержке, саморегуляции учения.

Основой для исследования особенностей коммуникации в компьютерном образовании за рубежом выступили материалы исследований ряда стран: Англии, США, Турции, Бельгии, Финляндии. Были рассмотрены как отдельные публикации, так и итоговые обобщающие материалы специальных комиссий и комитетов, посвящённые развитию коммуникации, анализу существующих барьеров, препятствующих развитию у учащихся ключевых компетенций, необходимых для социального взаимодействия в ходе дистанционного обучения.

### Результаты и обсуждения

Было сделано много попыток определить и категоризировать барьеры при дистанционном образовании. В статье (Berge, 2013) выделяются следующие наиболее важные типы барьеров, даётся их характеристика в связи с коммуникацией.

➤ *Когнитивная дистанция* – или концептуальное понимание – относится к тому, насколько однородны студенты в своём составе, а также какова разница между студентами и преподавателем по отношению к концептуальному пониманию. Чем больше когнитивная дистанция, тем труднее развивать понятия (Carr, a.o., 2003: 12).

➤ *Контекстуальная дистанция* – определяется как разница значений при учении и решении проблем студентами между абстрактной ситуацией и ситуацией реальной.

➤ *Культурная дистанция* – включает различия по национальности, полу, классу, возрасту или религии. Люди имеют модели мышления, действия, ценности, которые характеризуют членов определённой социальной группы (Winthrop, 1991: 50).

➤ *Эмоциональная дистанция* – это чувства личности в момент учения: страх, недоверие, подозрения.

- *Языковая дистанция* – выражается при использовании второго или третьего языка при учении и обучении, а также акцент, диалекты, жаргон, сленг и пр.
- *Педагогическая дистанция* – включает дистанцию управления между учителем и учеником в процессе обучения (Pereira, a.o., 2005).
- *Физическая дистанция* – географическое пространство.
- *Психологическая дистанция* – относится к восприятию (субъективным чувствам) относительно близости или присутствия другой личности в процессе взаимодействия.
- *Социальная дистанция* – степень близости или поддержки, относится к восприятию различий в классе или социоэкономическом статусе.
- *Техническая дистанция* – относится к различиям в доступе к технологиям или технологическим возможностям для различных людей по всему миру. Это относится также к индивидуальным компетенциям в области технологий.
- *Временная дистанция (время)*. Чем больше растёт процесс глобализации в дистанционном обучении, тем больше временных зон, которые могут быть представлены при обучении.

Коммуникация, общение и дистанционное обучение в современном образовательном пространстве предполагают использование новых технологий. Трудности, которые сдерживают эффективную коммуникацию, могут начаться с технических вопросов, но по мере совершенствования систем телекоммуникации многие другие типы коммуникационных обстоятельств добавляются (Isman, a.o., 2005).

Можно заключить, что есть специфические факторы, влияющие на коммуникацию при дистанционном обучении. Эти факторы могут быть разделены на две категории: нескрытые и скрытые барьеры (DABAJ, YETKIN, 2011).

#### *Нескрытые барьеры:*

- проблемы письма: при дистанционном обучении учебные программы базируются на текстах, способность учащихся к написанию текстов снижается и снижается умение письменной коммуникации;
- недостаток экспертизы технологий и новых средств: не все учащиеся знакомы с технологиями дистанционного обучения, они сталкиваются с проблемами – и им нужно время для адаптации и приобретения опыта работы с новыми технологиями;
- стоимость коммуникации: для дистанционного обучения необходимы компьютеры и связанные с ними средства, не все учащиеся могут их приобрести;
- языковые трудности: при дистанционном обучении уменьшается взаимодействие между учащимися, особенно если они взаимодействуют не на родном языке;
- доступность веб-сайтов: ещё один барьер для эффективной коммуникации при дистанционном обучении в том, что есть проблемы инфраструктуры между посылающим и принимающим, а также ограничения частот при передаче.

#### *Скрытые проблемы (барьеры):*

- сопротивление новым технологиям: студенты с недостаточным опытом пользования компьютерными технологиями в повседневной жизни сопротивляются их использованию в обучении;
- боязнь технологий: люди с недостаточным опытом пользования компьютерами и другими комплексными средствами часто их опасаются, боятся испортить или использовать неправильно; это снижает коммуникацию;
- вера в традиционное обучение: есть учащиеся, которые не воспринимают новый тренд в обучении; в результате снижается их мотивация в учебном процессе, а недостаток мотивации снижает коммуникацию между членами учебного процесса;
- чувство изоляции: учащиеся чувствуют изоляцию при асинхронном типе дистанционного обучения, особенно при обучении по программам, основанным на текстах

с минимумом интерактивных действий; возникает негативное отношение к курсу, сокращается коммуникация;

– плохой дизайн и форма вовлечённых средств: при обучении с помощью интернета важным фактором в обучении является веб-дизайн; его качество влияет на восприятие учащихся, на снижение интерактивного взаимодействия между ними;

– отсутствие коммуникации лицом к лицу: существует мнение, что лучшая коммуникация осуществляется при личном взаимодействии; отсюда возникает сопротивление коммуникации с помощью технологии;

– недостаток прямой обратной связи: в случае использования онлайн-программы коммуникации осуществляется односторонняя передача информации, при этом минимизируется коммуникация учащихся с другими участниками, в том числе и с инструктором;

– отсутствует необходимость ответа: при асинхронном типе коммуникации с помощью базирующихся на текстах учебных программ отсутствует необходимость ответа, учащиеся стремятся избежать немедленного ответа, что снижает подготовку учащихся (DABAJ, YETKIN, 2011).

Наиболее распространено определение коллаборации, описывающее её как конструкцию разделённого понимания через взаимодействие с другими, когда участники придерживаются разделённых целей и путей решения проблем (Roschelle, &Teasley, 1995). Коллаборация в малых группах (командах), которые контролируют инструкторы, необходима для обучения в онлайн-классах для установления социальных взаимосвязей и чувства общности. Создание онлайн-курсов включает поддержку баланса между *командными задачами и задачами индивидов*. Значимое взаимодействие и коллаборативная командная работа являются естественными способами построения онлайн-сообществ.

Предлагаются следующие стратегии для усиления социального взаимодействия в онлайн-сообществе:

- поддерживать здоровую динамику группы: поощрение коллаборативной командной работы как мощной конфигурации для выполнения учебных задач;
- проводить работу группы таким образом, чтобы побуждать учащихся к взаимодействию, например, создавая пространство группы в системе управления курсами онлайн;
- поощрять участников следовать сетевому этикету (*netiquette*);
- использовать обратную связь для усиления социальной атмосферы;
- создать социальный форум как место, предназначенное для социальной интеграции учебных групп (Oren, a.o., 2002).

В целом ряде работ зарубежных исследователей используются термины: «компьютерная поддержка коллаборативного учения», «социально разделённая регуляция учения», «саморегуляция учения». В виртуальном сообществе (*Virtual community*) осуществляется саморегулируемое учение (*Self-Regulated Learning (Education)*), а также онлайн-коллаборация (*Online collaboration*). Рассматривают коллаборативное учение, поддерживаемое компьютером (*Computer Supported Collaborative Learning (CSCL)*).

Рассматривается идея о том, что успешная коллаборация в контексте сотрудничества учебных групп требует целевой поддержки для продвижения индивидуальных умений и стратегии саморегуляции, поддержки равных, стимулирования компетенции саморегулирования внутри групп, а также социально регулируемого учения (Ja"rvelä, & Hadwin, 2013). Учение продвигается от чисто индивидуального и внешне программируемого предприятия (т.е. планируемого и выполняемого с помощью учителя) к учению в группе и с группой в проблемной ситуации или в ситуации, основанной на вопросе. Это происходит не только в классе, но и в более широкой среде в условиях дистанционного обучения.



*Способность стратегически регулировать своё учение и учение других есть жизненно важное умение XXI века.* Оно включает, например, способность учащегося целенаправленно влиять и улаживать своё когнитивное, мотивационное и эмоциональное поведение, а также поведение других для оптимального учения и работы (Zimmerman, & Schunk, 2011). Большинство учащихся не способны регулировать и направлять своё учение, или у них нет достаточной мотивации делать это. Если саморегуляция трудна на индивидуальном уровне, она ещё более трудна при взаимодействии в группе, команде равных, известном как ко-регуляция и разделённая регуляция (Hadwin, a.o., 2010).

Педагоги используют всё новые информационные и коммуникационные технологии, интегрированные с поддерживаемым компьютером коллаборативным учением (Jarvela, a.o., 2014). Это одновременная внешняя репрезентация, координационные механизмы, которые могут быть полезными для усиления познавательной деятельности учащихся (Kirschner, a.o. 2014).

Рассматривая большинство проблем, связанных с использованием компьютерно поддерживаемого коллаборативного учения (CSCL) как метода педагогики, можно сделать вывод о том, что их можно решить, имея в своём распоряжении механизмы, которые помогут регулировать работу и учение в группах. К таким механизмам можно отнести использование социально разделённого регулируемого учения (Jaärvela, & Hadwin, 2013). Теории коллаборативного учения объясняют процесс разделения в коллаборации и подчёркивают важность успешной стратегии координации, аспектов социально разделённого регулирования учения (SSRL) (Isman, 2003).

Важно при разделённом регулировании знания, что теория саморегуляции распространяет концепции учения за когнитивные процессы и результаты, признавая интерактивную роль мотивации, эмоции, метапознания и стратегического поведения при успешном учении. Регулируемое учение представляет собой квинтэссенцию умения в коллаборативном учении. Совместная работа означает совместное конструирование задач, разделённые цели и разделённые стратегии (разделённые – в смысле общие, согласованные). Социально разделённое регулируемое учение относится к процессам, которыми члены группы регулируют свою коллективную деятельность. Такой тип регулирования включает взаимозависимые или коллективно разделяемые регуляторные процессы, представления и знания (т.е. стратегии, мониторинг, оценку, постановку задач, мотивацию и метакогнитивное принятие решений) (Hadwin, a.o., 2011).

Итак, можно отметить, что планирование и стратегическая адаптация учения индивида к вызовам учебного процесса требует стратегического регулирования **себя** – саморегуляции (SRL), **других** – ко-регуляции (CoRL), а также индивидов в группе – SSRL. (Hadwin, et al., 2011; Jaärvela, & Hadwin, 2013). Соответственно выделяют три модели регулирования коллаборативного окружения: саморегуляцию – SRL, ко-регуляцию – CoRL и разделённую саморегуляцию – SSRL. Первая модель относится к действиям индивида в процессе регуляции (когнитивной, метакогнитивной, мотивационной, эмоциональной и поведенческой), которая включает адаптацию к взаимодействию с другими членами группы. Вторая модель CoRL коллаборации «относится к представлениям и ограничениям, стимулирующим восприятие студентом стратегического планирования, введения, рефлексии, адаптации во взаимодействии с другими студентами или членами группы. Третья модель SSRL используется, когда внутри группы используются «намеренное стратегическое и трансактивное планирование, постановка задач, рефлексия и адаптация» (Hadwin et al. 2011: 5).

Учителей необходимо знакомить с теорией этих моделей, они должны понимать, как они работают на практике и как можно максимизировать учение с помощью этих моделей.

## Выводы

В статье делается попытка рассмотреть некоторые позиции зарубежных исследователей по совершенствованию дистанционного обучения. С позиций коммуникации дистанционное обучение даёт много возможностей и в то же время предполагает много изменений. Саморегулируемое учение представляет собой широкое поле, объединяющее различные переменные, влияющие на учение студентов. Один из выводов заключается в том, что модель саморегулируемого учения адресована самым разным областям исследования: коллаборативному учению, регуляции эмоций и пр. Наличие такого большого репертуара моделей позволяет как исследователям в области педагогической психологии, так и педагогам-практикам развивать новые подходы в добавление к уже существующим.

При дистанционном обучении коммуникация отличается от коммуникации при обучении в классе. Необходимо использование каналов коммуникации, которые предпочтительны для учащихся, сокращение культурных и коммуникационных барьеров, поддержка дополнительных ресурсов и обратной связи, создание моделей и механизмов поддержки коллаборативного учения при обучении в группе.

Следует отметить, что цели дистанционного обучения в зарубежных странах, прежде всего в Европе, совпадают с общими тенденциями, которые выделены в странах ЕС. Министерства образования стран ЕС определили следующие приоритетные области в образовании: все учащиеся должны развивать ключевые компетенции для обучения в течение жизни. Совет Европейского Сообщества одобрил ключевые компетенции по обучению в течение жизни в мае 2018 (The Official Journal, 2018). Ключевые компетенции развиваются в течение жизни с помощью формального, неформального и информального учения, а также дистанционного обучения. Все ключевые компетенции считаются одинаково важными, и аспекты, важные для одной области, будут поддерживать развитие компетенций в другой области. Например, такие умения, как критическое мышление, решение проблем, работа в команде, коммуникации, креативность, аналитические и интеркультурные умения, заложены в ключевых компетенциях. Исследования показали, что образование, подготовка и учение в течение всей жизни, ориентированное на компетенции: рефлексия, умение решать проблемы, креативность, критическое мышление, умение учиться, инициативность, коллаборацию – связано с подходом в преподавании, нацеленным на развитие ключевых компетенций. Разумеется, результаты дистанционного образования также должны отвечать выдвинутым Советом ЕС требованиям, а развивающиеся в процессе такого обучения коммуникативные умения, навыки саморегуляции и коллаборации должны соответствовать данным требованиям.

## Литература

- Berge, Z.L. (1998). Barriers to online teaching in post-secondary institutions: Can policy changes fix it? *Online Journal of Distance Learning Administration*. 1(2). Retrieved from <http://www.westga.edu/~distance/Berge12.html>
- Berge, Z. L. (2013) Barriers to Communication in Distance Education. *Turkish Online Journal of Distance Education- TOJDE*, January 2013 Volume :14 Number 1 Article 31
- Carr, K., Gardner, F., Odell, M., Mumsch, T., & Wilson, B. (2003). The role of online, asynchronous interaction in development of light and color concepts. *The Journal of Interactive Online Learning*, 2(2): Retrieved from <http://www.ncolr.org/jiol/issues/PDF/2.2.5.pdf>
- Dabaj, F., & Yetkin, A. (2011) Analysis of Communication Barriers to Distance Education: A Review Study. *Online Journal of Communication and Media Technologies* Volume: 1, Issue: 1 <http://www.ojcm.net/articles>

- Hadwin, A. F., Jārvelā, S., & Miller, M. (2011). Self-regulated, co-regulated, and socially shared regulation of learning. In B. J. Zimmerman, & D. H. Schunk (Eds.), *Handbook of self-regulation of learning and performance* (pp. 65–84). New York: Routledge.
- Isman, A., Dabaj, F., Altinay, F., & Altinay, Z. (2003, October). Communication barriers in distance education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(4), article 2.
- Isman, A., & Altinay, F. (2005, October). Communication barriers: A study of Eastern Mediterranean University students' and teachers' of online program and courses. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 6(4) Article 13. Retrieved from [http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde20/pdf/article\\_13.pdf](http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde20/pdf/article_13.pdf)
- Jārvelā, S., & Hadwin, A. F. (2013). New frontiers: Regulating learning in CSCL. *Educational Psychologist*, 48(1), 25–39. doi:10.1080/00461520.2012.74800.
- Jārvelā, S., Jārvenoja, H., Malmberg, J., & Hadwin, A. (2013). Exploring socially-shared regulation in the context of collaboration. *The Journal of Cognitive Education and Psychology*, 12(3), 267–286. doi:10.1891/1945-8959.12.3.267.
- S. Jarvela, P.A, Kirschner, E. Panadero, a.o. (2014) Enhancing socially shared regulation in collaborative learning groups: designing for CSCL regulation tools. Learning and Educational Technology Research Unit (LET), Department of Educational Science and Teacher Education, University of Oulu, P.O. BOX 2000, 90014 Oulu, Finland sanna.jarvela@oulu.fi
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1999). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning* (5th ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Kirschner, P. A., Kirschner, F., & Janssen, J. (2014). The collaboration principle in multimedia learning. In R. Mayer (Ed.), *The Cambridge handbook of multimedia learning* (2nd ed., pp. 547–575). New York: Cambridge University Press.
- Kreijns, K., Kirschner, P. A., & Vermeulen, M. (2013). Social aspects of CSCL environments: A research framework. *Educational Psychologist*, 48(4), 229–242. doi:10.1080/00461520.2012.750225.
- Lipponen, L., Rahikainen, M., Lallimo, J., & Hakkarainen, K. (2003). Patterns of participation and discourse in elementary students' computer-supported collaborative learning. *Learning and Instruction*, 13, 487–509.
- Moore, M. G., & Kearsley, G. (2012). *Distance education: A systems view of online learning*, (3rd ed.). New York: Wadsworth/Cengage.
- Pereira, A. Lisbon, A., & Löhms, K. (2005). Chapter 4: Pedagogical issues in ODL. In K. DePryck (Ed.), *Getting started with open and distance learning*. (pp: 43-55). Antwerp, Belgium: Garant Publishers. Retrieved from <http://www.odlexpert.net/getstart/chapter4.pdf>
- Official Journal of the European Union The Official Journal 2018/C 189/01 COUNCIL RECOMMENDATION of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (Text with EEA relevance) (2018/C 189/01)
- Oren, A., Mioduser, D., & Nachmias, R. (April - 2002). The Development of Social Climate in Virtual Learning Discussion Groups, from <http://www.irrodl.org/content/v3.1/mioduser.html>
- Ozelkan, E.C., & Galambosi, A. (2012). Overcoming communication barriers in online teaching: Understanding faculty preferences. In the Proceedings of the International Conference on Communication, Media, Technology and Design (ICCMTD). Istanbul, Turkey. 09-11 May. pp. 292-298. Retrieved from <http://www.cmdconf.net/2012/makale/55.pdf>
- Roschelle, J., & Teasley, S. D. (1995). The construction of shared knowledge in collaborative problem solving. In C. O'Malley (Ed.), *Computer Supported Collaborative Learning* (pp. 69–97). Berlin: Springer.
- Wang, M., & Kang, M. (2006). Cybergogy for engaged learning: A framework for creating learner engagement through information and communication technology. In D. Hung and M.S. Khine (Eds.), *Engaged Learning with Emerging Technologies*, pp: 225-253. DOI: 10.1007/1-4020-3669-8\_11

- Winthrop, R. (1991). *Dictionary of Concepts in Cultural Anthropology* (Vol. 11). New York, NY.: Greenwood Press.
- Zimmerman, B. J., & Schunk, D. H. (2011). Motivational sources and outcomes of self-regulated learning and performance. In B. Zimmerman, & D. Schunk (Eds.), *Handbook of self-regulation of learning and performance* (pp. 49–64). New York, NY: Routledge.

## References

- Berge, Z. L. (1998). Barriers to online teaching in post-secondary institutions: Can policy changes fix it? *Online Journal of Distance Learning Administration*. 1(2). Retrieved from <http://www.westga.edu/~distance/Berge12.html> [in English].
- Berge, Z. L. (2013). Barriers to Communication in Distance Education. *Turkish Online Journal of Distance Education- TOJDE*, January 2013 Volume :14 Number 1 Article 31[in English].
- Carr, K., Gardner, F., Odell, M., Mumsch, T., & Wilson, B. (2003). The role of online, asynchronous interaction in development of light and color concepts. *The Journal of Interactive Online Learning*, 2(2): Retrieved from <http://www.ncolr.org/jiol/issues/PDF/2.2.5.pdf> [in English].
- Dabaj, F., & Yetkin, A. (2011). Analysis of Communication Barriers to Distance Education: A Review Study. *Online Journal of Communication and Media Technologies* Volume: 1, Issue: 1 <http://www.ojcm.net/articles> [in English].
- Hadwin, A. F., Järvelä, S., & Miller, M. (2011). Self-regulated, co-regulated, and socially shared regulation of learning. In B. J. Zimmerman & D. H. Schunk (Eds.), *Handbook of self-regulation of learning and performance* (pp. 65–84). New York: Routledge [in English].
- Isman, A., Dabaj, F., Altinay, F., & Altinay, Z. (2003, October). Communication barriers in distance education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(4), article 2 [in English].
- Isman, A., & Altinay, F. (2005, October). Communication barriers: A study of Eastern Mediterranean University students' and teachers' of online program and courses. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 6(4) Article 13. Retrieved from [http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde20/pdf/article\\_13.pdf](http://tojde.anadolu.edu.tr/tojde20/pdf/article_13.pdf) [in English].
- Järvelä, S., & Hadwin, A. F. (2013). New frontiers: Regulating learning in CSCL. *Educational Psychologist*, 48(1), 25–39. doi:10.1080/00461520.2012.74800 [in English].
- Järvelä, S., Järvenoja, H., Malmberg, J., & Hadwin, A. (2013). Exploring socially-shared regulation in the context of collaboration. *The Journal of Cognitive Education and Psychology*, 12(3), 267–286. doi:10.1891/1945-8959.12.3.267 [in English].
- Jarvela, S., Kirschner, P.A., Panadero, E. a.o. (2014). Enhancing socially shared regulation in collaborative learning groups: designing for CSCL regulation tools. Learning and Educational Technology Research Unit (LET), Department of Educational Science and Teacher Education, University of Oulu, P.O. BOX 2000, 90014 Oulu, Finland [sanna.jarvela@oulu.fi](mailto:sanna.jarvela@oulu.fi) [in English].
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1999). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning* (5th ed.). Boston, MA: Allyn and Bacon [in English].
- Kirschner, P.A., Kirschner, F., & Janssen, J. (2014). The collaboration principle in multimedia learning. In R. Mayer (Ed.), *The Cambridge handbook of multimedia learning* (2nd ed., pp. 547–575). New York: Cambridge University Press [in English].
- Kreijns, K., Kirschner, P. A., & Vermeulen, M. (2013). Social aspects of CSCL environments: A research framework. *Educational Psychologist*, 48(4), 229–242. doi:10.1080/00461520.2012.750225 [in English].

- Lipponen, L., Rahikainen, M., Lallimo, J., & Hakkarainen, K. (2003). Patterns of participation and discourse in elementary students' computer-supported collaborative learning. *Learning and Instruction*, 13, 487–509 [in English].
- Moore, M.G., & Kearsley, G. (2012). *Distance education: A systems view of online learning*, (3rd ed.). New York: Wadsworth/Cengage [in English].
- Pereira, A. Lisbon, A., & Löhmus, K. (2005). Chapter 4: Pedagogical issues in ODL. In K. DePryck (Ed.), *Getting started with open and distance learning*. (pp: 43-55). Antwerp, Belgium: Garant Publishers. Retrieved from <http://www.odlexpert.net/getstart/chapter4.pdf> [in English].
- Official Journal of the European Union* COUNCIL RECOMMENDATION of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (Text with EEA relevance) (2018/C 189/01). The Official Journal 2018/C 189/01 [in English].
- Oren, A., Mioduser, D., & Nachmias, R. (April - 2002). The Development of Social Climate in Virtual Learning Discussion Groups, from <http://www.irrodl.org/content/v3.1/mioduser.html> [in English].
- Ozelkan, E.C., & Galambosi, A. (2012). Overcoming communication barriers in online teaching: Understanding faculty preferences. In the Proceedings of the International Conference on Communication, Media, Technology and Design (ICCMTD). Istanbul, Turkey. 09-11 May. pp. 292–298. Retrieved from <http://www.cmdconf.net/2012/makale/55.pdf> [in English].
- Roschelle, J., & Teasley, S. D. (1995). The construction of shared knowledge in collaborative problem solving. In C. O'Malley (Ed.), *Computer Supported Collaborative Learning* (pp. 69–97). Berlin: Springer [in English].
- Wang, M., & Kang, M. (2006). Cybergogy for engaged learning: A framework for creating learner engagement through information and communication technology. In D. Hung and M.S. Khine (Eds.), *Engaged Learning with Emerging Technologies*, pp: 225-253. DOI: 10.1007/1-4020-3669-8\_11 [in English].
- Winthrop, R. (1991). *Dictionary of Concepts in Cultural Anthropology* (Vol. 11). New York, NY.: Greenwood Press [in English].
- Zimmerman, B. J., & Schunk, D. H. (2011). Motivational sources and outcomes of self-regulated learning and performance. In B. Zimmerman & D. Schunk (Eds.), *Handbook of self-regulation of learning and performance* (pp. 49–64). New York, NY: Routledge [in English].

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ УРОКОВ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ЗА РУБЕЖОМ**

**Ирина Курдюмова,**

*доктор педагогических наук, ведущий научный сотрудник,*

*Центр сравнительно-педагогических исследований*

*(Москва, Россия)*

*В последние годы усилились позиции дистанционного обучения, которое прежде рассматривалось в большинстве стран лишь как дополнение к очному обучению. Возникла необходимость по новому взглянуть на особенности организации урока в средней школе в условиях смешанного очно-дистанционного образования. Зарубежная литература насыщена дискуссиями относительно различных барьеров в дистанционном образовании. Неэффективная коммуникация является частью большинства барьеров в дистанционном обучении и обучении. Совершенствование коммуникации при дистанционном обучении во многом зависит от способности стратегически регулировать своё учение и учение других.*

*Педагоги используют всё новые информационные и коммуникационные технологии, интегрированные с поддерживаемым компьютером коллаборативным обучением. В целом ряде работ зарубежных исследователей используются понятия «саморегуляция учения», «компьютерная поддержка коллаборативного учения», «социально разделённая регуляция учения», отражающие действие механизмов, помогающих регулировать работу и учение в процессе дистанционного обучения. В результате такого обучения у учащихся формируются жизненно важные умения XXI века, которые заложены в ключевых компетенциях: критическое мышление, решение проблем, работа в команде, коммуникации, коллаборация, креативность, аналитические и интеркультурные умения.*

**Ключевые слова:** дистанционное обучение, дистанционное учение, барьеры в образовании, коммуникация, коллаборация, механизмы регуляции учения, саморегуляция учения, компьютерная поддержка коллаборативного учения, социально разделённая регуляция учения, ключевые компетенции.

*Submitted to the editor – 11.04.2021*

*Reviewed – 22.04.2021*

*Accepted for printing – 08.07.2021*

*Подано до редакції – 11.04.2021*

*Рецензовано – 22.04.2021*

*Прийнято до друку – 08.07.2021*

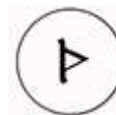


## SOCIAL COMMUNICATIONS IN CRIMINOLOGY



## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КРИМІНОЛОГІЇ

### ENDANGERMENT OF THE ELDERLY BY CRIME AND SOCIAL RESPONSE BASED ON COMMUNITY POLICING CONCEPT



**Svetlana Ristović,**

*Doctor of Science, research associate,  
Professor of Vocational Studies,  
E-mail: svetlana.ristovic@kpu.edu.rs  
<https://orcid.org/0000-0002-3772-4745>  
University of Criminal Investigation  
and Police Studies,  
Kara Dushana Street,  
building 196,  
office 174  
(Belgrade, Serbia).*

*Citation:*

Ristović, S. (2021). Endangerment of the Elderly by Crime and Social Response Based on Community Policing Concept. *Social Communications: Theory and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-0471-2021-12-1-6 Retrieved from <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21>

© Ristović S., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

#### Abstract

*According to the average age of the population, Serbia is one of the oldest countries in the world, which results in increasing problems characteristic for the elderly population. One of them is the endangerment of the elderly by crime. In practice, not enough attention is paid to this issue, nor it is recognized as special and urgent, although due to the current number, and especially growing elderly population, their security problems will be greater and more present in society. Considering that elderly people a particularly vulnerable and discriminated category of the population, it is necessary to devise an adequate safety policy and establish an appropriate system of their protection. Community policing is recognized as a model of policing that can meet these requirements and adapt to the security needs of the elderly. This is because this concept is based on partnership with citizens and problem-oriented work. The police should be open to community representatives pointing out their needs and highlighting security priorities, and the police can identify problems with them and initiate mechanisms for joint action. Community policing is proactive policing in which formal and informal social control are mutually reinforcing one another.*

*The paper presents the most significant findings on endangerment by crime of the elderly aged 60 and over in the city of Belgrade from 2015 to 2019., in terms of: types of criminal offences, time, place, perpetrators and means of execution, as well as injured parties by gender. Also, the paper will show the organizational, functional and other advantages of community policing concept in*

*relation to the traditional way of policing and try to answer whether its implementation can improve the safety of the elderly or adjust its operation to the security needs of this population.*

**Key words:** *endangerment of the elderly by crime, community policing, prevention, socially vulnerable groups.*

## UGROŽENOST STARIH OSOBA KRIMINALOM I DRUŠTVENA REAKCIJA KONCEPTOM POLICIJE U ZAJEDNICI

*Dr Svetlana Ristović*

*Kriminalističko-policijski univerzitet*

*(Belgrade, Serbia)*

### Uvod

Srbija nije pošteđena procesa demografskog starenja koji je postao globalan problem. Sa prosečnom starošću stanovništva od 43,3 godine Srbija se ubraja u red najstarijih zemalja na svetu, dok 20,7% ukupnog stanovništva čine oni stariji od 65 godina (Republički zavod za statistiku, 2020). Shodno tome, u fokus sve više dolaze brojni i raznovrsni problemi koji su karakteristični za stariju populaciju. Jedan od njih je kriminal i viktimizacija starih lica. Velika je tamna brojka kriminala kada su u pitanju starije osobe, zbog čega su potrebna sistematičnija istraživanja o starim licima kao žrtvama kriminaliteta. Takođe, neophodno je da se problem starih lica i briga za njihove potrebe dodatno približi ne samo policiji, već i svim građanima. Za adekvatan pristup borbe protiv kriminala nad starim licima prepoznaje se policija u zajednici kao novi model policijskog delovanja koji se zasniva na partnerstvu sa građanima i problemski orijentisanom radu.

Ovo potencira potrebu da se u okviru koncepta policije u zajednici osmisli adekvatan odgovor u čijem će fokusu biti upravo starije osobe i njeno delovanje prilagodi potrebama i sposobnostima ove populacije, naročito imajući u vidu njenu nehomogenost (u pogledu pola, godina, bioloških, psihičkih, socijalnih, obrazovnih, kulturnih, ekonomskih osobenosti). Bezbednost zajednice i socijalna kohezija međusobno se ojačavaju. Policija u zajednici predstavlja proaktivnu policiju u kojoj se formalna i neformalna socijalna kontrola međusobno jačaju (osnažuju), pomažući u smanjenju kriminala primenom preventivnih aktivnosti koje služe za promociju socijalne kohezije i smanjenje nereda u susjedstvu (Sučić& Karlović, 2017: 16).

“U suštini policijska organizacija treba da bude otvorena da predstavnici zajednice mogu da artikuliraju svoje potrebe i istaknu bezbednosne prioritete, a da policija zajedno sa njima identifikuje probleme i pokrene mehanizme zajedničkog delovanja” (Nikač, 2019: 186). Shodno tome, policija u zajednici mora da afirmiše angažovanje najstarijih, po pitanju sopstvene bezbednosti i bezbednosti cele zajednice, pa je neophodno raditi na podizanju njihove svesti i znanja iz oblasti bezbednosti kako bi bili što bolji partneri policiji u ovoj borbi. Ovo je takav model rada koji podstiče i dozvoljava da dođe do izražaja njihovo znanje, iskustvo, sposobnost, i pre svega spremnost za saradnju sa policijom. U odnosu na starije ljude, bavljenje ugnjetavanjem i diskriminacijom uključuje prepoznavanje i borbu protiv ejdžističkih ideologija, politika i praksi koje utiču na pristup i pružanje usluga i podrške starijima (Wydall et al., 2018: 968).

### Svrha studije

U radu će se pokušati dati odgovor da li primenom modela rada policije u zajednici i njegovih organizacionih, funkcionalnih i svih drugih prednosti u odnosu na tradicionalnu policiju, može dati adekvatan (i efikasan) odgovor na kriminal kojim je ugrožena starija populacija. Nakon najznačajnijih saznanja istraživanja o ugroženosti kriminalom starih lica u Beogradu, izložiće se mogućnosti poboljšanja bezbednosti starih lica primenom koncepta policije u zajednici odnosno ostvarivanjem njenih savremenih oblika.



## Rezultati i rasprava

### *Najznačajnija saznanja istraživanja o ugroženosti kriminalom starih lica u Beogradu*

Ukupan broj oštećenih lica starosti 60 i više godina za period 2015-2019, u Republici Srbiji je 65775, od čega samo u Beogradu 18716, odnosno 28,4%.

Od svih krivičnih dela (19424) učinjenih prema starijoj populaciji na teritoriji Beograda najčešće su zastupljena dela koja pripadaju grupi krivičnih dela protiv: života i tela (307 odnosno 1,6%), slobode i prava čoveka i građanina (253 odnosno 1,3%), braka i porodice (999 odnosno 5,14%), imovine (15268 odnosno 78,6%), opšte sigurnosti ljudi i imovine (101 odnosno 0,52%), bezbednosti javnog saobraćaja (1942 odnosno 10%) i javnog reda i mira (110 odnosno 0,57%).

Stare osobe su naročito ugrožene *imovinskim krivičnim delima*, i to najčešće krivična dela krađe, teške krađe, razbojništva, prevare i neovlašćenog korišćenja tuđeg vozila. Stari su posebno ranjivi određenim vrstama krađa i prevara, koji se često nazivaju „krivična dela protiv starih“. Npr. pojedinci ulaze u kuće starih lica pod izgovorom da žele da pozajme telefon ili da dobiju čašu vode, a onda im krađu predmete ili prodaju robu ili usluge po daleko većim cenama (Lindgen&Nikolić-Ristanović, 2011: 68). Ili npr. za vreme aktuelne situacije sa korona virusom pojavili su se lažni volonteri koji navodno pomažu starima, a ustvari ih varaju i uzimaju novac (Večernje novosti (2020, 1. novembar)).

Zbog oslabljenih fizičkih i psihičkih sposobnosti (naročito onih od značaja za bezbednost u saobraćaju: sluh, vid, motoričke sposobnosti...) stari ljudi su veoma ugroženi kao učesnici u saobraćaju, što pokazuju i rezultati ovog istraživanja, po kome su krivična dela protiv *bezbednosti javnog saobraćaja* po brojnosti druga po redu kojima su stara lica najviše ugrožena. Donošenje novih i efikasnija primena postojećih zakonskih rešenja doprineće prevenciji i boljoj zaštiti najstarijih. Neophodna je edukacija i informisanje starih lica kako da povećaju svoju sigurnost u saobraćaju i umanje verovatnoću viktimizacije.

Na trećem mestu po brojnosti su krivična dela protiv *braka i porodice*. Udeo svih krivičnih dela učinjenih prema starim licima (19424) u odnosu na sva krivična dela evidentirana na teritorija grada Beograda (130417) iznosi 14,9%. Najveći udeo je upravo kod grupe krivičnih dela protiv braka i porodice i iznosi 22,01%, a neznatno se povećava kada se to upoređenje vrši samo u odnosu na krivično delo nasilje u porodici (4393) i iznosi 22,7%. Rezultati ovog istraživanja eksplicitno ukazuju da treba usmeriti posebnu pažnju na stara lica kao žrtve porodičnog nasilja. Tim pre što je “poznato da starije osobe nerado govore o problemima, sukobima i stradanjima u sopstvenom domu. U tome i jeste težina položaja starih u porodici, jer im se čini da rešenje ne postoji, da je sve bezizgledno i izgubljeno. Nasilje nad starima u porodici je individualno, različito od čoveka do čoveka, od žrtve do počinioca” (Knežić, 2011: 70).

Opšti je trend u društvu povećanja broja krivičnog dela nasilja u porodici, ali naročito zabrinjava što se kao žrtve tih dela sve više pojavljuju stara lica. To je naročito zabrinjavajuće jer su u pitanju lica koja imaju 60 i više godina i koja najčešće zavise od članova svoje porodice. “Već nekoliko godina unazad podaci iz istraživanja koja su vršena u SAD ukazuju na to da su odrasla deca mnogo češće zlostavljači svojih ostarelih roditelja nego drugi članovi porodice” (Kostić&Đorđević, 2004: 9). Stariji ljudi su često „skrivene“ žrtve nasilja u porodici. Jedno istraživanje otkriva da stariji ljudi doživljavaju nasilje u porodici dvostruko duže pre nego što zatraže pomoć od onih mlađih od 61 godine. (SafeLives UK, 2020).

Uvođenje krivičnog dela nasilje u porodici Izmenama Krivičnog zakona RS 2002. godine, uticalo je da nasilje nad ženama pokaže svoje prave razmere. Iako je nakon toga počelo sve više da se govori o porodičnom nasilju, čini se da se malo posvećuje pažnje nasilju nad starim osobama, koje je prisutnije nego što se pretpostavljalo (Rusac, 2006). Deo krivice zbog toga je i na starim

osobama koje to ne prijavljuju zbog stida, emocionalne i finansijske zavisnosti od članova porodice, ali i na državnim organima koji ili nisu prepoznali ovaj problem ili mu se ne posvećuju dovoljno.

Najviše krivičnih dela nad starim licima se izvrši u prepodnevnom časovima, i to od 10 do 11 časova (3305 tj. 17,2%), za razliku od ostale populacije kada je to najčešće između ponoći i jednog časa posle ponoći. Stari su najmanje ugroženi od 4 do 5 ujutru (238). Ovaj pokazatelj ne iznenađuje jer su to prepodnevni časovi kada su stari ljudi nezaštićeni i obično sami (zato što sami žive ili su ostali ukućani na poslu ili u školi).

Stara lica su najčešće žrtve krivičnih dela koja se događaju u stanovima, kućama i drugim objektima za stanovanje (6160 tj. 31,7%), a zatim na ulicama (5981 tj. 30,8%) i ostalim mestima (4075 tj. 20,9%). Znatno manje u garažama i na parkinzima (1236 tj. 6,4%), prodavnicama (711 tj. 3,7%) i vikendicama (581 tj. 3%). Najmanje dela nad ovim licima je izvršeno u menjačnicama (16 tj. 0,08%) i na pumpama (32 tj. 0,16%). Ovaj podatak ne čudi jer stari ljudi usled bolesti i odsustva društvenih veza provode više vremena kod kuće nego što je to uobičajeno za ostalu populaciju. Ulice su, takođe, opasna mesta za stare ljude upravo zbog njihove predisponiranosti da postanu žrtve kriminala, kao i nemoći i nesposobnosti da se odbrane i suprotstave kriminalcu, na šta on i računa (tj. za njega je to manji rizik da bude uhvaćen i procesuiran).

Kada se učinioci krivičnih dela, gde se kao oštećena lica javljaju osobe starosti 60 i više godina, posmatraju po polnoj strukturi može se zaključiti da je znatno više učinilaca muškog pola, i to 87,1%, a u pogledu starosne strukture najviše je onih koji imaju između 31 i 40 godina i mlađi (najviše onih od 21 do 30 godina). Starije osobe nisu nasumično viktimizirane. Zajedničko ovim izvršiocima jeste da oni stara lica biraju za žrtve upravo zbog njihove ranjivosti i "pogodnosti" da budu žrtve kriminaliteta.

Kao najčešće sredstvo izvršenja krivičnog dela nad licima starosti 60 i više godina javlja se fizička sila i ostala sredstva (80%), zatim zanatski alati (8,2%) i oružje i oruđe sa sečivom i oštro (3,9%). Korišćenje drugih sredstava za izvršenje krivičnog dela je znatno manjeg i ujednačenog broja. Pošto je ova populacija izložena viktimizaciji i u porodici i van nje, na svim mestima i u svakom vremenskom periodu, ne čudi ni raznovrsnost sredstava izvršenja krivičnog dela nad njima. Imajući u vidu njihovu fizičku slabost i nemoć za očekivati je bilo da prednjači upotreba fizičke sile.

Stare osobe predstavljaju posebno ranjivu grupu, jer zbog svojih viktimogenih predispozicija lako postaju žrtve kriminala. Polna struktura oštećenih lica starosti od 60 i više godina života evidentiranih na teritoriji grada Beograda u istraživanom periodu, pokazuje da je više oštećeno lica muškog pola (52,63%) i nešto manje ženskog pola (47,34%).

Kada se *sumiraju rezultati istraživanja* dobija se da su stara lica (češće muškog nego ženskog pola) najviše ugrožena krivičnim delima protiv imovine, koja se najčešće izvrše od 10 do 11 časova prepodne, u stanovima, kućama i drugim objektima za stanovanje, od strane izvršioca muškog pola koji ima između 31 i 40 godina, upotrebom fizičke sile.

Ovakvo saznanje omogućava sačinjavanje kvalitetnih (i preciznih) preventivnih programa (koji se isključivo odnose na starije osobe), kao i kontinuitet u njihovoj primeni usled stila života i načina ponašanja starih lica koji je predvidljiv.

Klasična policija se uglavnom ne bavi pitanjima i brigom o potrebama žrtava. Sa starim osobama koje su žrtve kriminala potreban je drugačiji pristup. Policija u zajednici je koncept koji to može da nadomesti, jer u svom programu delovanja ima i predviđa posebne mere, aktivnosti i sadržaje koji se bave pitanjima žrtava, a naročito onih najugroženijih. U nastavku rada će biti izložene mogućnosti i prednosti ovog modela rada policije i konkretni predlozi za poboljšanje bezbednosti starih lica sa stanovišta policije u zajednici.

#### *Poboljšanje bezbednosti starih lica ostvarivanjem savremenih oblika policije u zajednici*

"Društvo nije svesno svoje uloge i odgovornosti u sprečavanju i prevenciji nasilja nad starijima, kao ni potrebe za većim brojem istraživanja i isticanjem ovog problema kao problema

kome može biti izložen nezanemarljiv deo populacije starijih osoba” (Risović et al., 2018: 362). Posebnu odgovornost u tom smislu snosi policija. Prihvatanjem policije u zajednici kao novog modela rada otvara se mogućnost za adekvatan odgovor na ovaj bezbednosni izazov imajući u vidu njegove osnovne komponente i principe rada, usvojen sistem vrednosti i oblike ostvarivanja. Osnov za ovakvu tvrdnju nalazi se, između ostalog, i u solidnom teorijskom i praktičnom utemeljenju koje proizilazi iz dobrih iskustava zemalja u kojima je ovaj model već implementiran. U procesu prihvatanja i implementacije koncepta policije u zajednici kod nas su, još 2006. godine, u okviru projekta “Odnos policije i manjinskih i socijalno ranjivih grupa” (Projekat Odnos policije i manjinskih i socijalno ranjivih grupa, 2006) prepoznate manjinske i socijalno ranjive grupe kojima treba posvetiti posebnu pažnju u okviru ovog modela policijskog delovanja. To su: pripadnici etničkih manjina, pripadnici manjinskih seksualnih opredeljenja, žene, najmlađi i najstariji predstavnici populacije, lica sa invaliditetom, pripadnici manjinskih, političkih i religijskih uverenja. Međutim, iako su doneti prvi dokumenti i projekti u vezi sa tim, preduzete različite aktivnosti i kampanje koje se bave najosetljivijim grupama (najčešće su to dece, žene, LGBT), to je i dalje nedovoljno, jer su konkretne akcije koje se odnose isključivo na stariju populaciju izostale.

U nastavku rada sagledava se moguće poboljšanje bezbednosti starih lica kroz ostvarivanje ovog koncepta i njegovih savremenih oblika rada.

Kako se tradicionalan način delovanja policije pokazao kao nedovoljno efikasan, policija u zajednici nudi nov pristup u formi problemski orijentisanog rada. Goldstein ga definiše kao „rad koji prepoznaje različite vrste kriminala podstaknutih osnovnim problemima koji postoje u celoj zajednici i koji se rešavaju kroz delotvorne strategije za rešavanje problema“ (Goldstein, 1990: 18-23). Goldstein predlože da policajci takvim incidentima trebaju pristupiti kao „problemima koje treba rešiti“, a ne kao potencijalnim zločinima. Postoje tri ključna elementa ovog pristupa: 1) Jasnije odrediti problem. 2) Istražiti problem, tj. sakupiti i analizirati osnovne podatke o specifičnom problemu. 3) Tražiti alternative trenutnim načinima odgovora. Traže se inovativna rešenja koja bi se proširila izvan policije ili sistema krivičnog zakonodavstva (što uključuje različite strategije preventivnog delovanja policije) (Roberg, Crank&Kuykendall, 2004: 87).

Pristup putem problemski orijentisanog rada čija je suština da se delovanje policije usmeri na uslove i uzroke kriminala i druge oblike društveno nepoželjnog ponašanja, zahteva sačinjavanje akcionih planova, definisanje kratkoročnih i drugoročnih ciljeva i prioriteta, preduzimanje konkretnih mera i radnji, određivanje internih i eksternih resursa, oblika saradnje sa drugim subjektima, i na kraju, rokove i načine njegove evaluacije (Ristović, 2015).

Ovakav način delovanja omogućava sveobuhvatan pristup u rešavanju bezbednosnih problema čitave populacije, pa i njenog nastarijeg dela. U osnovi, rad policije u zajednici zahteva da policajci budu kreativni prilikom osmišljavanja rešenja bezbednosnih problema zajednice, što zahteva značajnu dozu inventivnosti. Kada dođe do efikasnog rešavanja problema, rešenja koja prevazilaze tradicionalne reakcije policije postaju norma (Kappeler&Gaines, 2009: 17-18).

Da bi policija u zajednici bila efikasna u rešavanju bezbednosnih problema starije populacije neophodno je izgraditi poverenje i uspostaviti partnerstvo između policije i starijih osoba. Da bi se izgradili partnerstvo policija mora da istupa sa povećanom brigom za starije i sprovodi projekte uspostavljanja saradnje i pridobijanja starih osoba činjenjem nekih socijalnih usluga i rešavanjem nekih njihovih problema ili strahova u vezi sa kriminalom. U osnovi je ideja o saradnji policije i starijih osoba u rešavanju njihovih osnovnih bezbednosnih problema, pri čemu se stavovi i očekivanja starih moraju uzimati kao relevantan faktor koji u značajnoj meri treba da utiče na karakter i prioritet policijskog delovanja. Uspostavljanje partnerstva treba da označi prekretnicu u odnosu policije i starih ljudi i da suštinski promeni pristup policije prema ovoj populaciji i rešavanju njenih problema.

Partnerstvo doprinosi smanjenju straha od kriminala koji kao složen društveni fenomen može imati štetne efekte na veći broj ljudi od konkretno izvršenog krivičnog dela. Generalno, kako ljudi stare imaju veći strah od kriminala, što direktno utiče na kvalitet života. Strah od kriminala direktna

je odgovornost policije koja ima nadležnost da obezbedi da se ljudi osećaju sigurno. Strah od kriminala zahteva posebno angažovanje policije u zajednici kroz različite programe, koji se mogu odnositi na: pružanje informacija starijim osobama o kriminalu, decentralizovane operacije kroz mini-policijske stanice i bliskiju saradnju sa starim osobama kroz pešačke patrole, uspostavljanje ponovnog kontakta sa žrtvama i drugi programi koji insistiraju na kvalitetnijem kontaktu sa starim licima. Policija u zajednici koja potencira partnerstvo i direktan odnos sa zajednicom ima predispozicije da smanji strah od kriminala kod starih ljudi i posebnu odgovornost da predloži nacionalni program osmišljen da smanji kriminal i strah od kriminala među starim licima (Kappeler&Gaines, 2011: 274-275).

Policija u zajednici insistira na partnerstvu ne samo sa građanima, već i sa državnim organima, organizacijama, institucijama i drugim pravnim licima. Policija sa njima uspostavlja kontakt, a potom i saradnju u rešavanju problema, pri čemu svako daje doprinos iz okvira svoje stručnosti i nadležnosti. U osnovi ove ideje je spoznaja da policija ne može sama da rešava probleme i neophodno je povezivanje sa drugim institucijama tj. multiagencijski pristup. Konkretno u slučaju bezbednosnih problema starije populacije, treba uspostaviti intenzivne i direktne komunikacije i saradnju između ministarstava koja su direktno ili indirektno nadležna za problematiku starije populacije (zdravlja, penziono, kulturu i informisanje i dr.). Ta saradnja treba da preraste u akciono partnerstvo, koje se zasniva na zajednički utvrđenim planovima sa jasno utvrđenim sadržajem, oblicima, nosiocima i rokovima njegovog ostvarivanja. Treba ustaliti praksu redovne evaluacije ovih planova, po unapred utvrđenim validnim indikatorima. Saradnju treba da uspostave i drugi organi, institucije, nevladin sektor, udruženja građana i njihove asocijacije radi stvaranja partnerstva u rešavanju bezbednosnih problema starih. U svaki vid saradnje neophodno je uključiti i organizacije starih i organizacije za stare, poput udruženja penzionera, Pokreta trećeg doba Srbije, Gerontološkog društva Srbije i mnoga druga.

Potpunije i serioznije sagledavanje demografske situacije i analiziranje projekcije starenja stanovništva, kao i ekonomske, socijalne i kulturološke osobenosti starije populacije u lokalnoj zajednici, a posebno njihova porodična domaćinstva, doprineće da se u skladu sa dobijenim pokazateljima i saznanjima osmisli organizacija i sadržaj rada policije. Policija u zajednici je prepoznala važnost organizacione strukture za efikasno delovanje u lokalnoj zajednici. Promene koje se odnose na organizacionu strukturu policije su različite i po značaju se ističu sledeće promene: decentralizacija, smanjenje hijerarhijskih nivoa komandovanja, timski rad i uključivanje volontera (Cordner, 1998: 55-56). Ove karakteristike organizacione strukture policije u zajednici nameću (preporučuju) se kao adekvatne za reagovanje i odgovor na kriminal kojim su ugrožena stara lica.

Decentralizacija omogućava da se poslovi i zadaci policije prilagođavaju konkretnoj lokalnoj zajednici i njenim bezbednosnim problemima. Omogućava neposredan kontakt između policijskih službenika i građana (starijih lica) i podstiče dvosmernu komunikaciju i saradnju. Nadalje, decentralizovan način rada podrazumeva ustaljenost policijskih službenika na određenom području dugi niz godina što im omogućava da upoznaju lokalnu zajednicu i prilike u njoj, građane i njihove probleme. Na taj način mogu dobro da upoznaju područje svog delovanja i adekvatno odgovore primenom problemski orijentisanog rada.

Prepoznata krivična dela kojima su stara lica najviše ugrožena, mesto i vreme njihovog izvršenja mogu da posluže kao kriterijum za određenje rasporeda i sadržaja rada policije, organizovanje smenskog rada, pešačkih i motornih patrola i drugih savremenih oblika rada policije u zajednici: implementacija policajca u susedstvu, program "od vrata do vrata", osnivanje policijskih ministanica, projekti nadzora nad susedstvom, stvaranje "sigurnosne mreže", zajednički sastanci policije i starijih sugrađana, programi razvoja komunikacije policije sa starim licima, otvaranje kancelarije u policijskoj stanici ili mesnoj zajednici u kojoj bi policijski službenici primali starije osobe, razgovarale sa njima i pružali im savete i pomoć, otvaranje SOS linije pri policijskoj stanici samo za stara lica i njihove bezbednosne probleme, kao i drugi proaktivni oblici rada policije.

Istovremeno, smanjenje hijerarhijskih nivoa rukovođenja donosi veća ovlašćenja i odgovornosti nižih nivoa rukovodilaca, pa i samih policijskih službenika na terenu odnosno pozornika. S obzirom da najbolje poznaju situaciju na terenu, oni mogu i trebaju da samostalno organizuju i osmišljavaju sadržaj svog rada i donose konkretne odluke.

Dobro poznavanje svog područja delovanja otvara mogućnost za policajce koji primenjuju model rada policije u zajednici da preduzimaju preventivne mere i aktivnosti, kao i da pokreću inicijative i daju predloge za sačinjavanje konkretnih preventivnih programa za koja su stara lica posebno zainteresovana. Ovi napori ne trebaju biti usmereni samo na osmišljavanje i implementaciju novih preventivnih programa, već posebno, na evaluaciju već primenjenih mera i aktivnosti, kao i primenu primera dobre, naše i strane, prakse, pa i inovativnih i nestandardnih rešenja (npr. postavljanje znakova obaveštenja vozačima da uspore pored doma ili kluba za stare, parkova, šetališta, kvartova koje koriste stari, kao što se to čini za decu pored škola).

Zbog stalnog prisustva na terenu i neposrednog kontakta sa starim licima pozornik treba da radi na njihovom podsticanju na samopomoć i samozaštitu, podučavanju da prijave policiji svako ugrožavanje kriminalom ili drugim društveno neprihvatljivim ponašanjem, zatim, da održava zajedničke sastanke, uključuje stara lica u kreiranje bezbednosne politike u lokalnoj zajednici, kontinuirano ih informiše o stanju kriminalteta u njihovoj lokalnoj zajednici i upoznaje sa mogućnostima učešća u različitim preventivnim akcijama i saradnji sa policijom, daje pravne ili druge vrste saveta starim licima žrtvama kriminala.

Sledeća karakteristika policijske organizacije shodno modelu rada policije u zajednici je timski rad, kao i uključivanje volontera.

Radi uspešnog timskog rada neophodna je integracija starih lica u zajednicu. I to naročito obezbeđivanjem učešća starije populacije u kreiranje bezbednosne politike u lokalnoj zajednici; usvajanjem programa uspostavljanja pozitivnih i unapređenja postojećih relacija između policije i starijih građana; donošenje odluka kroz učešće u radu Saveta za bezbednost, neposredna komunikacija sa policajcima, prisustvo sastancima, članstvo u savetodavnim telima i sl. Policija u zajednici kao model rada policije je otvorena za uključivanje (doprinos) volontera koji bi kroz zajedničke osmišljene aktivnosti raditi na unapređenju sigurnosti i kvaliteta života starije populacije. Njihove godine, usamljenost, slabost i nemogućnost da se odbrane su dodatni motiv počinilaca krivičnih dela protiv starih. To nameće potrebu uspostavljanja mreže podrške stvarnim i potencijalnim žrtvama koje pripadaju kategoriji starih lica, sačinjenu od volontera, a sa kojima bi policija ostvarila intenzivnu saradnju. "Da bi volonterskog rada bilo više potrebno je da dobije odgovarajuće mesto u našem vrednosnom sistemu. Neophodna je permanentna edukacija volontera, organizovanje okruglih stolova, seminara, masovnih akcija, dobro osmišljenih kampanja, formiranje volonterskih centara i mreže volontera" (Dinić, 2009: 112). U mrežu volontera treba uključiti i same starije osobe koji bi pomagali zajednici i jedni drugima, svako pružanjem doprinosa u okviru svojih mogućnosti i sposobnosti.

Za proboljšanje bezbednosti starije populacije nezaobilazno je pitanje edukacije, kako policije, tako i starih osoba. Policije u pogledu bezbednosnih problema starih lica i pristupa u radu i komunikaciji sa ovom populacijom, a starih sa stanovišta podiznja bezbednosne svesti i poboljšanja bezbednosne kulture, kao i potrebi saradnje sa policijom.

U okviru modela rada policije u zajednici neophodno je selektovati određen broj policajaca koji će se primarno baviti bezbednosnim potrebama starijih osoba. Potrebno je organizovati njihovu teorijsku i praktičnu obuku i u skladu sa ovim potrebama izvršiti izmene i dopune nastavnog sadržaja predmeta Policija u zajednici, koji se već izučava na ustanovama policijskog školstva, npr. "otkrivanje i pomoć žrtvama nasilja nad starijima koji bi obuhvatio module dizajnirane da poboljšaju razumevanje policijskih službenika o prirodi zlostavljanja starijih, prirodi procesa starenja, ulozi policije u mreži socijalnih i pravnih usluga, etičkim i praktičnim pitanjima koja vode usvajanje odluka u slučajevima zlostavljanja starih osoba" (Payne, 2011: 166). Zatim, potrebno je propisati sveobuhvatne i jasne instrukcije, u pogledu postupanja sa starim licima uopšte,

posebno ako su žrtve. Mora se raditi na uspostavljanju i razvijanju kulture dijaloga sa starim osobama, kao i, uspostavljanju preciznih instrukcija za pripadnike policije u pogledu postupanja sa starim licima uopšte, a posebno ako su žrtve. Možemo se koristiti stranim iskustvima, jer u svetu policajci već prolaze edukacione kurseve kako bi se osposobili da lakše razumeju stare osobe, uoče njihove bezbednosne potrebe, uspešnije kontaktiraju sa njima, motivišu ih na saradnju, angažuju volontere i kroz zajednički osmišljene aktivnosti unaprede nivo njihove sigurnosti i kvalitet života (Dempsey&Forst, 2005: 202-207).

Stara lica takođe treba da imaju edukaciju kako bi im se podigla bezbednosna svest i afirmisalo njihovo angažovanje po pitanju sopstvene bezbednosti i bezbednosti cele zajednice. Konkretno, to bi se moglo odnositi na obuku o samozaštiti i samopomoći, fizičko-tehničkom obezbeđenju stana (alarmi, video nadzor i sl.), načinu komuniciranja sa nepoznatim licima, kako da postupaju u slučaju neposredne opasnosti, korišćenju novih tehnologija (mobilni, kompjuteri i sl.) i uopšte bezbednom ponašanju i izbegavanju mogućnosti da postanu žrtve krivičnih dela.

Edukacija mora biti potkrepljena posebnim naučnim istraživanjima o ugroženosti starih lica kriminalom. Ovaj stav nalazi uporište u konceptu policije u zajednici jer on podrazumeva naučna, nezavisna i kritička istraživanja rada policije. Naučna istraživanja, koja se mogu obavljati periodično ili stalno, merenje efekata policijskog rada i komparacija pribavljenih podataka po brojnim parametrima daju "relativno upotrebljive rezultate i pokazatelje, pa se saglasno tome utvrđuju projekcije razvoja pro futuro i predlažu mere za unapređenje rada policije i dalje približavanje zajednici" (Nikač, 2019: 118). Rezultati istraživanja ugroženosti starije populacije kriminalom doprineli bi stvaranju jedne sveukupne slike u opštoj, stručnoj i naučnoj javnosti o viktimitetu starih osoba. Takođe, doprinelo bi stvaranju zajedničke platforme za buduće, naučno proverene i preporučene, akcije i mere u borbi protiv kriminala kojim su stara lica najugroženija. Pored toga, ova istraživanja bi poslužila za propisivanje posebnih procedura i donošenje proverenih protokola o postupanju prema starim licima kao posebno ranjivoj kategoriji ljudi kako ih policija u zajednici i prepoznaje i daje im posebno mesto u postupku svog ostvarivanja. Predmeti istraživanja mogu biti brojni i mogu obuhvatiti, npr. načine ostvarivanja saradnje starijih osoba i policije, prigovore i predstavljanje starih lica na rad policije, zatim samopomoć i samozaštita starih lica, mogućnosti i sadržaje uključivanja starije populacije u preventivne programe, ocenjivanje rada policijskih službenika sa starim licima, stavove starije populacije prema policiji, kao i stavove policije prema ovoj populaciji, međusobna komunikacija, sadržaj rada i raspored radnog vremena policajaca i sl. Rezultati i saznanja ovakvih istraživanja ne samo da doprinose edukaciji policijskih službenika i njihovoj kreativnosti u rešavanju bezbednosnih problema, već doprinose i razvoju kritičkog pristupa radu policije.

## Zaključak

Model rada policije u zajednici može dati adekvatan odgovor u sprečavanju kriminala kojim su ugrožene starije osobe i uspešna u smanjenju njihove viktimizacije. Pre svega zbog toga što nije statičan, već promenljiv i prilagodljiv način rada policije, koji potencira kreativan odgovor na identifikovane probleme u zajednici. Ovaj koncept (može i treba da) objedinjuje različite strategije i taktike, osim toga, dozvoljava eksperimentisanje sa različitim preventivnim programima (merama i radnjama) koji neposredno uključuju (starije) građane u njihovu realizaciju. S obzirom da stare osobe dolaze iz svih društvenih slojeva, različitog su obrazovanja, materijalnog statusa, porekla, njihovo znanje i iskustvo mogu biti bogat izvor inovacija i kreativnosti (npr. njihovo iskustvo iz vremena društvene-samozaštite). U tom smislu policija mora da prevaziđe prepreke koji proizilaze iz njenih organizacionih i funkcionalnih karakteristika i da odlučnije mobilise zajednicu da učestvuje u borbi protiv kriminala stvaranjem efikasnog partnerstva sa drugim društvenim subjektima i uspostavljanjem dvosmernih komunikacija sa građanima radi razmene informacija.

Prvi korak ovog koncepta na tom putu, ali i celokupnog društva, jeste da doprinese društvenoj vidljivosti i visokoj svesti o starim ljudima kao posebnoj kategoriji žrtava kriminala u Srbiji.

## Reference

- Cordner, G. (1998). *Community Policing, Elements and Effects*, In: Alpert, G. P., Piquero A., *Community Policing Contemporary Readings*, Waveland Pr Inc.
- Dempsey, J., Forst, L. (2005). *An Introduction to Policing*, Thomson Wadsworth.
- Dinić, D. (2009). Socijalna država i volonterski rad [*Welfare state and volunteer work*], *Politička revija – Political magazine*, 20(2), 89–116 [In Serbian].
- Goldstein, H. (1990). *Problem-Oriented Policing*, New York: McGraw-Hill.
- Kappeler, V., Gaines, L. (2009). *Community Policing, A Contemporary Perspective*, 5<sup>th</sup> Edition, Anderson Publishing.
- Kappeler, V., Gaines, L. (2011). *Community Policing, A Contemporary Perspective*, 6<sup>th</sup> Edition, Anderson Publishing.
- Knežić, B. (2011). *Ne samo koliko živeti [Not just how long to live]*. Beograd: Institut za kriminološka i sociološka istraživanja [In Serbian].
- Kostić, M., Đorđević, R. (2004). Viktimizacija starih osoba kao pripadnika posebne marginalne grupe [*Victimization of the elderly as members of a special marginal group*], *Temida – Themis*, 7(2), 3–11 [In Serbian].
- Lindgren, M., Nikolić-Ristanović, V. (2011). *Žrtve kriminaliteta: međunarodni kontekst i situacija u Srbiji [Victims of crime: international context and situation in Serbia]*. Beograd: Organizacija za evropsku bezbednost i saradnju, Misija u Srbiji [In Serbian].
- Nikač, Ž., (2019). *Policija u zajednici [Community policing]*, Kriminalističko-policijski univerzitet, Beograd [In Serbian].
- Payne, B. K. (2011). *Crime and Elder Abuse: An Integrated Perspective*. Vol. 3rd ed. Charles C Thomas Publisher, LTD, Illinois, USA.
- Projekat *Odnos policije i manjinskih i socijalno ranjivih grupa [The relationship between the police and minority and socially vulnerable groups]*, završni izveštaj prve faze projekta, OSCE, British Council i MUP RS, Beograd, 2006 [In Serbian].
- Risović, K., Rusac, S., Todorović, N. (2018). Faktori rizika povezani sa nasiljem nad starijim osobama u porodici [*Risk factors associated with domestic violence against the elderly*], *Temida – Themis*, 21(3), 362-383 [In Serbian].
- Ristović, S. (2015). *Policija u zajednici i suprotstavljanje savremenim oblicima kriminaliteta [Community policing and combating modern forms of crime]*. Kriminalističko-policijska akademija, Fondacija Hans Zajdel, Beograd, 101–111 [In Serbian].
- Roberg, R., Crank, J., Kuykendall, J. (2004). *Policija i društvo [Police and society]*, Sarajevo, Office of Public Affairs Embassy of the United States of America [In Serbian].
- Rusac, S. (2006). Nasilje nad starijim osobama [*Violence against the elderly*]. *Ljetopis socijalnog rada – Annual of social work*. Zagreb, 13(2), 331–346 [In Serbian].
- Republički zavod za statistiku [*Republic Bureau of Statistics*]. Preuzeto 3. Novembar sa 2020 <https://www.stat.gov.rs/> [In Serbian].
- Sučić, I., Karlović, R., (2017). Community Policing in Support of Social Cohesion, in *Community Policing – A European Perspective Strategies, Best Practices and Guidelines*, Springer International Publishing AG.
- SafeLives UK (2020). *Safe Later Lives: Older people and domestic abuse, Spotlights Report*, available online at: <http://www.safelives.org.uk/file/safe-later-lives-older-people-and-domestic-abusepdf>, 07.11.2020.

- Wydall, S., Clarke, A., Williams, J. & Zerk, R. (2018). Domestic Abuse and Elder Abuse in Wales: A Tale of Two Initiatives. *British Journal of Social Work*, 48(4), 962–981. <https://doi.org/10.1093/bjsw/bcy056>
- Lažni volonteri VARAJU starije građane, koriste epidemiju da im uzmu novac (n.d.) [*Fake volunteers CHEAT senior citizens, use the epidemic to take their money*]. Preuzeto 1. Novembar 2020 sa <https://www.novosti.rs/vesti/naslovna/drustvo/aktuelno.290.html:8534-94-Lazni-volonteri-VARAJU-starije-gradjane-koriste-epidemiju-da-im-uzmu-novac> [In Serbian].

## UGROŽENOST STARIH OSOBA KRIMINALOM I DRUŠTVENA REAKCIJA KONCEPTOM POLICIJE U ZAJEDNICI

**Dr Svetlana Ristović**

<https://orcid.org/0000-0002-3772-4745>

svetlana.ristovic@kpu.edu.rs

Kriminalističko-polijski univerzitet,  
Ulica Cara Dušana, zgrada 196, ured. 174  
(Belgrade, Serbia)

### Apstrakt

Prema prosečnoj starosti stanovništva Srbija je jedna od najstarijih zemalja na svetu usled čega su sve očigledniji problemi koji su karakteristični za stariju populaciju. Jedan od njih je i ugroženost starih lica kriminalom. U praksi se ne posvećuje dovoljno pažnje ovoj problematici, niti je ona prepoznata kao posebna i urgentna, iako će zbog trenutne brojnosti, a naročito tendencije porasta starije populacije, njihovi bezbednosni problemi, biti sve veći i prisutniji u društvu. S obzirom da su starija lica posebno ranjiva i diskriminisana kategorija stanovništva neophodno je osmisliti adekvatnu bezbednosnu politiku i uspostaviti odgovarajući sistem njihove zaštite. Policija u zajednici se prepoznaje kao model rada policije koji može da odgovori ovim zahtevima i prilagodi bezbednosnim potrebama starih lica. Ovo zbog toga što se ovaj koncept zasniva na partnerstvu sa građanima i problemski orijentisanom radu. Policija treba da bude otvorena da predstavnici zajednice mogu da ukažu na svoje potrebe i istaknu bezbednosne prioritete, a da policija zajedno sa njima identifikuje probleme i pokrene mehanizme zajedničkog delovanja. Policija u zajednici predstavlja proaktivnu policiju u kojoj se formalna i neformalna socijalna kontrola međusobno jačaju.

U radu se prezentuju najznačajnija saznanja o ugroženosti kriminalom starih lica od 60 i više godina na teritoriji grada Beograda u periodu od 2015. do 2019. godine, i to u pogledu: vrste krivičnih dela, vremena, mesta, učinioca i sredstva izvršenja, kao i oštećenih lica po polu. Takođe, u radu će se iskazati organizacione, funkcionalne i druge prednosti koncepta policije u zajednici u odnosu na tradicionalan način rada policije i argumentovano predočiti da se njegovom primenom može poboljšati bezbednost starih lica odnosno njegovo delovanje prilagodi bezbednosnim potrebama ove populacije.

**Ključne reči:** ugroženost starih kriminalom, rad policije u zajednici, prevencija, socijalno ugrožene grupe.

Submitted to the editor – 30.03.2021

Reviewed – 29.05.2021

Accepted for printing – 08.07.2021

Подано до редакції – 30.04.2021

Рецензовано – 29.05.2021

Прийнято до друку – 08.07.2021



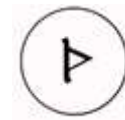


## SOCIAL COMMUNICATIONS IN CRISIS MANAGEMENT



## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В КРИЗОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

### MANAGEMENT AND COMMUNICATION WITH FORCES AND RESOURCES IN THE EMERGENCE OF CRISES AND DISASTERS IN THE BALKANS REGION



#### **Ljubo PEJANOVIĆ,**

*Academician, Professor, Doctor of Science,  
Retired full professor,  
member of the Serbian Academy of Innovative  
Sciences in Belgrad,*

*E-mail: [pejanovicljubo@gmail.com](mailto:pejanovicljubo@gmail.com)*

*Serbian Academy of Innovative Sciences in  
Belgrad (SAINS),  
Višnjička, 91  
(Belgrad, Serbia).*

#### **Stevan STOJANOVIĆ,**

*Academician, Professor, Doctor of Science,  
Profesor na fakultetu za poslovne i pravne  
studije u Beogradu,*

*E-mail: [stojanovicsteva62@gmail.com](mailto:stojanovicsteva62@gmail.com)*

*Jurija Gagarina, 101, Novi Beograd,  
Serbian Academy of Innovative Sciences in  
Belgrad (SAINS),  
Višnjička, 91  
(Belgrad, Serbia).*

#### **Jovana RISTIĆ,**

*student završnih studija bezbednosti u  
Beogradu,*

*E-mail: [jovana\\_r@live.com](mailto:jovana_r@live.com)*

*Gospodara Vučića, 51,  
(Belgrad, Serbia).*

#### **Nenad STOJANOVIĆ,**

*Master, oficir policije,*

*E-mail: [Nenad8855@gmail.com](mailto:Nenad8855@gmail.com)*

*Ministarstvo unutrašnjih poslova Srbije u  
Beogradu,  
Sarajevska, 34,  
(Belgrad, Serbia).*

#### *Citation:*

Pejanović, L., Stojanović, S., Ristić, J. &  
Stojanović, N. (2021). Management and  
Communication with Forces and Resources  
in the Emergence of Crises and Disasters in the  
Balkans Region. *Social Communications: Theory  
and Practice*, Vol. 12(1). DOI: 10.51423/2524-  
0471-2020-12-1-3

#### Retrieved from

[https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/arti-  
cle/view/21](https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/article/view/21)

© Pejanović, L., Stojanović, S., Ristić, J. &  
Stojanović, N., 2021



Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

## Annotation

*In this work, special attention is paid to the problem, risk management, risk and crisis management forces and mutual communication in the Balkan region. Management and communication refers to security forces, rescue teams and social communications. Thus, for all mentioned, destructive analyzes were used, as well as methods of analysis and content, related to the posed problem of wider-destructive proportions. In this regard, the set problems, management and communication in the occurrence or occurrence of caused threats, risks threats and crises, as well as possible consequences for lives, health and values in the region, are described and explained. It is also envisaged for the identification and explanation of risks, threats and possible crises, both in communications and actions in combating threats. The aim of this theoretical work is to point out and prove reliable assessments and analyzes of threats, risks, and thus crises, both in risks, catastrophes and in communications and activities. Also, the work will pay attention to the planning, organization and implementation of prevention and protection, critical infrastructure, which accepts and suffers threats, risks and crises, engaged forces to reduce threats in the Balkan Region.*

*Our main goal, plan and idea is the research among the population, in order to get broader answers, and thereby confirming knowledge of the respondents regarding the management of forces, resources and communications. Further we will apply research methods and techniques related to threat, risk, consequence and disaster management. In addition to the mentioned, methods and techniques of finding out possible and potential impacts on climate change and their consequences also are planned and will be applied. Through this article, the research aims to find out about the potential risk to the forces and means used, as well as all other participants in protection and rescue. It is also necessary to define and conceptually determine all threats, risks, hazardous, dangers and consequences that may occur due to climate change and natural disasters.*

**Keywords:** Disaster, risk, assessment, threat, crisis, communication, coordination.

## UPRAVLJANJE I KOMUNIKACIJA SA SNAGAMA I SREDSTVIMA U NASTANKU KRIZA I KATASTROFA U REGIONU BALKANA

*Akademik, Prof.dr **Ljubo Pejanović**, Redovni profesor u mirovini, član Srpska akademije inovacionih nauka u Beogradu, SAINS, Višnjička, 91 Beograd*  
[pejanovicljubo@gmail.com](mailto:pejanovicljubo@gmail.com)

*Akademik Prof. dr **Stevan Stojanović**, Profesor na fakultetu za poslovne i pravne studije u Beogradu, Jurija Gagarina 101, Novi Beograd, SAIN, Višnjička 91*  
[stojanovicsteva62@gmail.com](mailto:stojanovicsteva62@gmail.com)

***Jovana Ristić**, student završnih studija bezbednosti u Beogradu,  
 Gospodara Vučića 51,  
[jovana\\_r@live.com](mailto:jovana_r@live.com)*

*Mrs **Nenad Stojanović**, oficir policije, Ministarstvo unutrašnjih poslova Srbije u Beogradu,  
 Sarajevska 34, Beograd*  
[Nenad8855@gmail.com](mailto:Nenad8855@gmail.com)

## Uvod

Problem istraživanja u ovom radu su: krize, rizici, pretnje, s težištem na katastrofe, koje čine suštinu sadržaja klimatskih promena i elementarnih nepogoda, iz kojih nastaju posledice i nesreće, koje smo u radu objektivno istražili i naučno objasnili. Osnovni predmet istraživanja odnosi se na upravljanje i komunikacija sa snagama i sredstvima u nastanku kriza i katastrofa u Regionu Balkana. Naučni i stručni cilj istraživanja, koji je u celini dostignut preko deskripcije i naučnog objašnjenja, preko otkrivenih činilaca upravljanja s snagama i sredstvima u nastanku kriza, a time i katastrofa u jednom specifičnom evropskom regionu – Balkanu. U radu su opisane moguće ili nastale promene, koje nastaju u toku redovnog stanja određenog društva, kao i u toku rizičnog stanje izazvanog određenom neaktivnosti snaga za suzbijanje i sprečavanje određenih aktivnosti, tj nestručnim upravljanjem s rizicima i nekordiniranim komunikacijama, između menadžmenta i izvršnih organa na datom prostoru i u datom vremenu.

Osnovna svrha i cilj ovog teorijsko-empirijskog rada, jeste ukazivanje na pouzdane procene i analize datih pretnji, rizika, a time i kriza, kako u upravljanju katastrofama i elementarnim nepogodama, tako i u komunikacijama između aktera koji upravljaju kriznim i vanrednim situacijama. Takođe, u radu je posvećena odgovarajuća pažnja planiranju, organizovanju i ostvarivanju prevencije i zaštite, kritične infrastrukture, koja prihvata i trpi pretnje i iz njih nastale krize, kao i angažovane snage za umanjeње pretnji u Regionu Balkana.

U izradi rada korišćene je opštenaučna statistička metoda, kao i metoda ispitivanja, primenom anketnog ispitivanja i metoda analiza i sadržaja dokumenata, vezanih za postavljene problem i predmet našeg istraživanja.

### **Metode i tehnike istraživanja**

Naše istraživanje na temu: «Upravljanje i komunikacija sa snagama i sredstvima u nastanku kriza i katastrofa u regionu Balkana» je teorijsko-empirijskog karaktera i obuhvata postupak teorijskog, metodološkog i / ili eksperimentalnog istraživanja, jer upravljanje krizama i katastrofama postoji kao cjelovit dio upravljanja društva u složenim društvenim situacijama, a njegove empirijske manifestacije su:

- 1) postojeći teorijski izvori, koji za predmet istraživanja imaju upravljanje krizama i komunikaciju između aktera u upravljanju kriznim;
- 2) postojeći prvani izvori koji regulišu upravljanje krizama i sistem upravljanja krizama, kao deo ukupnog političko-pravnog sistema svake zemlje;
- 3) pisani iskazi u obliku teorijskih stavova, sudova i zaključaka i normi-normativnih odredaba o upravljanju krizama i komunikaciji, između aktera u sistemu upravljanja krizama;
- 4) usmeni iskazi subjekata koji imaju iskustvo i saznanje o sadržaju, formama, svojstvima i praktikovanju upravljanja krizama;
- 5) Rezultati empirijskog istraživanja provedenog na uzorku ispitanika u Republici Srbiji, vezano za upravljanje u vanrednim situacijama.

Iskazi sadržani u pisanim i pravnim aktima o upravljanju krizama i komunikaciji između aktera, koji upravljaju krizama u vanrednim situacijama i usmeni iskazi o njima, zahtijevaju, da u načinu istraživanja ove teme imamo integralni metodološko-teorijsko-empirijski pristup u kojem, do izražaja dolazi svojevršno povezivanje metodoloških postavka i rešenja savremenih teorijsko-metodoloških pravaca i koncepcija, koji su se afirmisale pozitivnim rezultatima u dosadašnjoj istraživačkoj praksi u oblasti upravljanja kriznim tj situacijama.

Iz korpusa osnovnih metoda saznanja i istraživanja u ovom radu primenjene su gotovo sve osnovne analitičke i sintetičke metode naučnog saznanja, s težištem na metodama analize, sinteze, konkretizacije, specijalizacije, apstrakcije, generalizacije i induktivno-deduktivne metode.

Iz grupe opštenaučne metode u radu je primenjena opštenaučna statistička metoda, pre tehnike deskriptivne statistike i njihovi postupci za obradu rezultata provedenog istraživanja, na uzorku ispitanika u Republici Srbiji o upravljanju vanrednim situacijama.

Iz korpusa metoda za prikupljanja podataka u ovom radu korišćene su, pre svega, metoda ispitivanja, primenom tehnike anketnog ispitivanja uzorka ispitanika u Republici Srbiji o upravljanju vanrednim situacijama i metoda analize sadržaja dokumenata, primenom tehnike kvalitativne analize sadržaja dokumenata, koji se težišno odnose na upravljanje krizama u vanrednim situacijama.

*Anketom* je obuhvaćeno 210 ispitanika koji su učestvovali u istraživanju, različitog, obrazovanja i profila stručnosti, pre svega studenata svih nivoa studija i građana. Nisu obuhvaćeni ispitanici sa nižim obrazovanjem, jer oni nemaju iskustva u upravljanju krizama. Svi ispitanici su iz velikih gradova u Republici Srbiji: Beograd, Novi Sad i Niš. Vremenski okvir istraživanja obuhvata Januar-Novembar 2020.godinu i Februar-Mart 2021.godinu. Struktura uzorka ispitanika ubuhvatala je: Spol a) Ž. 120 b) M. 90 ispitanika. Obrazovanje, *Žene*: a) Visoka stručna sprema 120, b) srednja stručna sprema 43, c) i dr nauka 7 ispitanika; *Muškarci*: a) Visoka stručna sprema 65, b) srednja stručna sprema 21, c) i dr nauka, 4. ispitanika.

### Rezultati istraživanja

Upravljanjem raspoloživim snagama može se smanjiti rizik, a time i kriza, a katastrofa svesti na najmanju moguću meru ili brojku. Sve navedeno odnosi se u nastanku vanredne situacije. Dakle, *upravljanje snagama i drugim raspoloživim sredstvima*, umanjuju se posledice, podrazumevajući najodgovorniji posao i zadatak, kako Vlade određenog društva, tako njenih institucija, koje upravljaju i sprovode zaštitu društvenih vrednosti, od svih opasnosti o kojima se govori. Pod društvenim institucijama, se podrazumevaju pre svega Vlada sa svojim ministarstvima, vojskom policijom, stručnim službama, kao i građanima. Po Zakonu o vanrednim situacijama, bar u Republike Srbije, svi navedeni su dužni, da se blagovremeno prijave i pojave na mestu događaja, da bih mogli biti uključeni u pružanju pomoći, spašavanju i odklanjanju nastalih pretnj, a time i posledica, koje su prouzrokovale prirodne ili veštačke elementarne nepogode. Nastankom pretnji, rizika a time i katastrofa i posledica, koje su uticale na klimatske promene, a time i manje ili velike posledice.

*Klimatske promene*, ili uticaj na klimatske promene, u zadnjem vremenskom periodu, spadaju u najistraženije i najviše diskutovane rizike, globalnih katastrofa. Glubalne rizike i katastrofe sa misijom gasova i staklene bašte, na koje upravo utiču ekonomsko razvijene industrijske zemlje, koje vrlo malo utiču na smanjenje ove vrste pretnje i rizika. Napredak u nauci i ukazivanje na razne opasnosti, doprineo je da postanemo nesigurni, jer smo postali svesnijim, šta nas čeka i kakve elementarne nepogode mogu nastati. Naručito ako se podsetimo na nestale civilizacije pre nastanka naše civilizacije, nekoliko njih su nestali upravo od elementarnih nepogoda, a nešto manje njih u kombinaciji elementarnih nepogoda i ratova. Nalazimo se u vremenu, kad međunarodna kriza i globalni odnosi nameću isto, kada nas sve više i sve opasnije pogađaju elementarne nepogode. Te u tom, uticaj na klimatske promene, doprinose i regionalni ratovi, po celoj zemlji planeti. Što je još gore i što nameće strah u međunarodnoj zajednici, da ne uspevamo da se adekvatno suprostavimo navedenim opasnostima, koj su skoro svaki dan među nama bilo gde tj i na celoj planeti zemlji.

*Međusobne komunikacije*, u našem problemu, istraživanje podrazumeva i predstavlja određeno saopštavanje, saznanje, saradnja i komuniciranje između timova, menadžmenta, pojedinaca, institucija i drugih učesnika u nastanku vanrednih situacija, prouzrokovanih navedenim opasnostima.

Da bi smo ovaj rad usmerili u realnom pravcu i rešenju, neophodno je svaki problem pojmovno odrediti i definisati, stoga se pozivamo na stručne definicije, koje su u vezi sa našim problemom u ovom radu. Pre nego što se usmerimo na upravljanje, neophodno je ukazati na rizike i

rizičnost, i ako se rizik pojavi, kao i na javnu i privatnu dinamiku, uključujući upravljanje i smanjenje rizika od navedenih katastrofa. Stim u vezi, **rizik** je pojava koja se očekuje i koja može prouzrokovati rizičnost po živote i sve druge vrednosti društava na prostoru Balkana.

«*Rizičnost* (od ital. Riscare, – izlagati se opasnosti), izlaganje riziku, a time i opasnosti, dovođenjem u pitanje života i životnog cilja. Svim tim se rizikuje i stavljanje na kocku, činilac (radnja/odluka kao element moguće opasnosti u nastupanju neželjene posledice po život, materijalna i druga dobra. Potencijalni akt subjektivne prirode u vidu mogućnosti gubitka ili povrede dobra, nastupanje neželjene situacije ili štete po subjekt/objekt bezbednosti. Stepem verovatnoće ishoda rizične odluke u neposrednoj je vezi sa procenom, odnosno sposobnošću donosioca oluje ili druge prirodne nepogode. Teorijski pojam rizika, (rizik) označava slučajeve, okolnosti ili aktivnosti (njihovo prisustvo ili odsustvo) sa izvesnošću budućeg negativnog uticaja na postizanje ličnih, društvenih, socijalnih, ekonomskih ili bezbednosnih ciljeva. Rizik u praktičnom smislu podrazumeva aktivnost sa kojom nosilac rizika rizikuje, da uđe i sprovede neku delatnost za koju nije siguran, da će uspeti ili imati očekivanu dobit» (Bošković, 2015). *Kriminološki leksikon*, Novi Sad: Matica Srpska. Dakle, drugim rečima, rizik u najčešćim slučajevima podrazumeva, pretnju po bezbednost živih bića, životne sredine i drugih vrednosti.

Međutim, «*Najava rizika*, je stanje u kojem neko pretili ili najavljuje, da će doći do ljudskog ugrožavanja, prirodnim nepogodama ili veštački izazvanih pretnji, a time i kriza. Prema tome, *najave*, smatramo kao ozbiljnu pretnju, ta pretnja se mora takođe ozbiljno prihvatiti i za istu spremiti odgovarajućom odbranom ili zaštitom... *Katastrofa* je ozbiljan događaj i izgled, da prati stepen zakona preko šireg raspona ozbiljnosti, tj vrsta događaja ozbiljnosti» (Nik, Ćirković, 2011–2012), Rizici globalnih katastrofa, Heliks Smedrevo. Dakla, prema dobijenim podacima istraživanja, po našem mišljenju i ponuđenoj definiciji, Katastrofa ili Katastrofe su iznenadne velike pretnje sa ozbiljnim posledicama, koje u kratkom vremenu nanose katastrofalne posledice, po živote ljudi i drugih živih bića, materijalnih i društvenih vrednosti i drugim posledicama, koje se otklanjaju veoma dugo uz spori i dugotrajni oporavak.

«*Procena rizika*, od ekstremnih i kastrastofičnih događaju, sa ograničenjem očekivane vrednostog rizika, jedan je od najdominatnijih koraka u postupku procene rizika i njegove kvantifikacija» (Bošković, 2015).

«*Procena pretnje*, kao problem koji proističe iz gore navedenih rizika i posledica društvenog karaktera, u ovom slučaju, podrazumevaju; plašenje, zastrašivanje, prinudnu radnju, uticaj na nečiju slobodnu volju, iznuđivanje odluke, ozbiljnim stavljanjem u izgled nanošenja neke neprijatnosti, materijalne štete, ili fizičkog ugrožavanja» (Bošković, 2015). Klimatske promene i globalni rizik, spadaju među najistraženije i najviše diskutovane rizike globalnih katastrofa. Nijedno drugo ekološko pitanje nije dobilo toliko pažnje u popularnoj štampi, iako bi možda efekti pandemije i udara astroida, naprimer, moglo biti mnogo ozbiljno ugrožavanje. Stim u vezim, Savremeena nauka, pokušava i nastoji da razumeju klimu, a time i klimatske promene i uticaj na njih, težeći na osnovne faze klimatskog sistema, iznalazeći razne vrste i modele klimatskih modela i mogući promena, veštačkim načinom upravljanja klimatskim promenama, kako bi se odgovorilo, upotrebom i upravljanjem sa snagama. Međutim, nastanak kriza, može proistrći i u vremenu upotrebe snaga i sredstava u sprečavanju i toku trajanja krize. «Kriza (grčki krisis-prosuđivanje, rasprava). Nagla promena, prekretnica, vrlo teško stanje, kritična situacija u funkcionisanju nekog subjekta, procesa, organizacija, oblasti ili sistema. Problematična situacija i stanje u nekoj oblasti (državi, naciji, međunarodnoj bezbednosti, ekonomiji, politici, ekologiji.) Za pojedinca, ugrožavajuća subjektivna, ili socijalna okolnost, bez adekvatnog odgovora-rešenja, odnosno, nepouzdan mehanizam izlaska iz stanja rizika i neizvesnosti» (Bošković, 2015). Međutim, nisu samo pretnje određenom društvu od elementarnih nepogoda ili klimatskih promena, česte pretnju prouzrokuje, sam čovek sa svojim aktivnostima ili neaktivnostima u vremenu nastanka opasne situacije. Stim u vezi pretnje nastaju usled prisustva velike količine hemijskih, bioloških, nuklearnih i radioloških materija i opasnih otpada. Između mnogih društvenih pretnji i

prouzrokovanje rizika i nastanak posledica, kao što su i terorističke aktivnosti, koji su opremljeni i usavršeni i koje pribegavaju i ovom obliku napada i pretnji. Nastankom novog milemijuma, došlo je do novih i savremenih opasnosti, kako po društvene vrednosti, tako i po državu (Pejanović, Rakić, 2016). «Odgovor na ove pojave mogu pružiti, vojska, policija, žandarmerija, civilna zaštita, zaštita od požara, fizičko-tehničko obezbeđenje i druge profesionalne institucije, kako upravljanjem tako i istraživanjem» (Pejanović, Laković, Stojanović, 2007). Ugrožavanje i fizičko-trhnička zaštita, Beograd, Institut za političke studije. Da bi smo istražili, utvrdili i dokazali neophodnost i značaj komunikacija odnosno komuniciranja i saradnja, između pojedinaca, timova, grupa, menadžmenta i drugih učesnika u akcijama i komunikacijama. Stoga, neophodno je utvrditi značenje navedeni pojam, a time će se bolje razumeti i značaj međusobnih komunikacija između aktera, koji učestvuju u upravljanju rizicima u vanrednim situacijama. Stim u vezi, Komunikacije ili komuniciranje, predstavljaju neophodno saradnju u komuniciranju, svih sa svima, drugim učesnicima tj institucijama. Drugim rečima «Komunikacija lat. je saopštenje, izlaganje i predavanje o nekom problemu» (Mićunović, 1988: 243). U našem slučaju i postavljenom problemu komunikacija i masovno komuniciranje između učesnika, putem razgovora i dogovora, kao i preko, društvenih socijalnih, državnih i drugih sredstava komunikacija i informacija, uslov je za smanjenje i otklanjanje pretnji i opasnosti. Kako bih objasniti pojam i definiciju Rizika u ovom slučaju, neophodno je ukazati, na adekvatne pojmove, vezane za definiciju problema rizika. Dakle, «Rizici su sastavni deo života, svakog pojedinca, grupe organizacije i države. Oni koji nisu spremni da rizikuju, ostaju bez mogućnosti, da iskoriste niz povoljnih okolnosti» (Keković, Savić, Komazec, Milošević, Jovanović, 2011). Navedena definicija nas, uvodi u rizike koji se često izazivaju iz nužde, tj ako proizvođač ili trgovci sam rizikuje i da prihvati nastali rizik. *Menadžment i upravljanje rizikom*, u svakom slučaju je strateška odluka, menadžerski postupci, povoljnosti, dobici i slično, upravo je ključno i značajno za upravljanje rizikom, preko organizovanih snaga. U ovom slučaju, osvrćemo se na drugu stranu i odlučivanje na rizike, koji mogu veoma često izazvati pretnje, opasnosti, a time posledice u vidu šteta ili ugrožavanja vrednosti.

«*Upravljanje snagama za krize, rizike i katastrofe*, u ovom slučaju, niti je laka niti jednostavna zadatak, jer svaka kriza obeležava ugrožavanje osnovnih vrednosti društva, hitnost delovanja neizvesnost posledica i slično. Zato je potpuno planski organizovano i efikasno upravljanje snagama za rizike i eliminacijom ili smanjenje pretnji po bezbednost društva. Upravljanje rizicima, bi trebalo da bude redovna deo države, sa svim raspoloživim snagama, sredstvima, opremom, komunikacijom, znanjem, veštinama i drugim neophodnim aktivnostima. Sve državne i druge snage, organizacija i ustanova, društvenih zajednica, ali i pojedinaca, su garant za smanjenje rizika. To je složen postupak, koji je potreban da bi se rizici sveli na što manju meru ili brojku» (Ćulibrk, 2013), Stim u vezi, upravljanje rizikom je veoma složen i ne lak problem, pa i zadatak i sa istim ne može svako upravljati, komunicirati, donositi odluke i sprovoditi prevenciju i zaštitne mere. Ovim načinom ponašanja, često se doprinosi, ne blagovremenom reagovanju na svaku pretnju. (Za primer će mo se pozvati, na slučaj: Obrenovca 2014. godine u Srbiji i slični događaji). U svakom slučaju, kad su rizici najavljuvani ili nagoveštavani na vreme, na koje nije bilo reakcije, od strane menadžmenta za ove namene, tad se pojavljuju problemi. Pre najave velikih padavina na određenom prostoru, niko nije vršio procene rizika takve pretnje, zatim od poplava i na kraju upotrebi snaga, do katastrofa proširenih na veliku teritoriju. Hajde da ovaj slučaj zanemarimo, sem evakuacije građana i u manjoj meri vrednosti poslije poplave, više se ništa nije učinilo, da bi se društvo spremilo, da ne budu ponovo iznenađeni, od ovakvih ili sličnih rizika. Sve isto, ponovo se pojavilo ove tj 2021. godine u Južnoj i Iatočnoj Srbiji. Navedeni problem podrazumeva, da se čekaju neke nove snage ili bolji dani, da bi se otklonili navedeni problemi, i da nećemo ponovo biti iznenađeni. Kad je reč o upravljanju u ovakvim i sličnim pretnjama i rizicima, niko nije bio spreman da odgovara za navedenu pojavu, jel Menadžment, nije bio spreman za adekvatno reagovanje. Stoga su vlasti upotrebile, vojsku i policiju RS, kako u Obrenovcu, tako i u Šabcu. Dakle, vanrednom situacijom je upravljao tim vojske na čelu sa Načelnikom OS (2014). «Značaj i

preduslov upravljanja rizicima i vanrednim situacijama, pre svega (rizika) nije ni nešto dobro, ni loše, već je jednostavno mera devijacije od očekivanog ishoda» (Keković, Kešetović, 2006). Krizni menadžment i krize, Beograd, Fakultet Bezbednosti. Stim u vezi, upravljanje rizicima i vanrednim situacijama, se podrazumeva, kao određeni proces u kojem institucije ili određene organizacije sagledavaju problem rizika, u cilju odgovora istom i postizanje održivih prednosti ili njihove unapređenosti u okviru svake aktivnosti, ovog tipa ili slučaja. «Međutim, u Republici Srbiji i slučaj poplava 2014, u Obrenovcu i Šapcu, ukazuju nam na jedan fenomen, koji će biti sve prisutniji i predstavljati će, sve veću pretnju i rizik po bezbednost ljudi, njihove imovine infrastrukture i drugih društvenih vrednosti. Dakle, tek 2019–2021 g. država Srbija je adekvatno opremila Sektor za «Vanredne situacije» sa kvalitetnim sredstvima i opremom za suzbijanje opasnih pojava, kao i obučanim snagama i sredstvima. Samo u takvim uslovima moguće je pristupiti zaštiti kritične infrastrukture, pod kojom se smatraju prirodni resursi, tehnološki procesi, tehnički sadržaji i objekti koji su osetljivi na prirodno-veštačke i ljudske pretnje, koje mogu prouzrokovati velike rizike, a svakako i posledice u Republici Srbiji i u budućem periodu» (Pejanović, Rakić, Komarčević, 2014).

*Upravljanje vanrednim situacijama*, započinje pre pojave opasnosti i nastavlja se i nastupa u slučaju pojave bilo od kojeg oblika pretnje, i kada se te pretnje procene, da će prouzrokovati opasnost i posledice. «Vanredna situacija podrazumeva nepovoljno stanje u kome su rizici i pretnje i druge veće nesreće i opasnosti po stanovništvo, životnu sredinu i druge veće nesreće i opasnosti i materijalna dobra, uvek su uslov zavođenja vanredne situacije, a u teškim uslovima vanrednog stanja» (Pejanović, Đurković, 2011), *Dakle, vanrednu situaciju podrazumevamo, kao stanje i da je opasnost takvog karaktera, obima i inteziteta u kome posledice nije moguće sprečiti ili otkloniti redovnim delovanjem nadležnih organa i službi. Promenom stanja se ublažavaju mere i otklanjanjaju posledica a, rešavaju se primenom posebnih mera i radnji sa pojačanim snagama i sredstvima.* Stim u vezi, u svim napred navedenim oblicima pretnji, upravljanje vanrednom situacijom su sprovodile institucije, koje su vlasnici određenih delatnosti u najvećem broju slučajeva. U ovom slučaju upravljanje vanrednom situacijom vrše stručne, obučene i opremljene institucije zaštite i spasavanja u nastanku vanredne situacije ili vanrednog stanja, kad nastupa i vojska.

#### *Diskusija rezultata empirijskog istraživanja*

Za potrebe ovog rada provedeno je posebno empirijsko istraživanje na uzorku sa 210 ispitanika iz Republike Srbije, u gradovima: Beograd, Novi Sad i Niš. Za realizaciju empirijskog istraživanja, konstruisan je poseban instrument – Anketni upitnik kojim su prikupljeni podaci od uzorka ispitanika za potrebe istraživanja. Instrument za merenje stavova i uverenja ispitanika i upravljanju krizama u vanrednim situacijama.

#### *U ovom delu istraživanja, dobili smo potrebne odgovore, vezane za temu Upravljanje i komunikacija u Vanrednim situacijama*

Da li su ispitanici upoznati sa kategorijalnim pojmovima, kao što su: a) Rizik b) Kriza c) Katastrofa d) Opasnost đ) pretnja e) vanredna situacija. U prvom delu upitnika, odgovori ispitanika su razvrstani u dve grupe. U prvu grupu je klasifikovano 203 ispitanika koji su pozitivno odgovorili da su bili upoznati sa navedenim kategorijalnim pojmovima, a u drugu grupu je svrstano 7 ispitanika koji su odgovorili da nisu upoznati sa navedenim kategorijalnim pojmovima. Analiza prve grupe rezultata istraživanja ukazuje da su ispitanici, u velikom broju, upoznati sa navedenim pojmovima. Preko njihovih komentara, utvrdili smo kako su u najvećoj meri prepoznali pojmove, učenjem i pozivali se na lične događaje iz života. Pojam *rizika*, sami ispitanici prepoznali su rizike preko, ankete, ličnih iskustava sa rizicima, koje su sami doživljavali i o kojima često međusobno govore i razmenjuju iskustva, primere kroz upozorenja, pazi to je rizik. Kad se radi o riziku i komunikaciju sa drugim i njihovim iskustvima u praksi i preživljavanju bar od nekog vrsta rizika sa kojim su se suočili. Svim tim navodima, pojedinci i grupe stižu iskustva, bilo ličnim doživljajem ili drugih koji su se susreli sa nekim od rizika. Kad se radi o vezi sa rizikom, sami ispitanici su

pokazali da prepoznaju rizike, a i drugi koji su se suočavali sa istim, razmenjujući mišljenja i iskustva, koje prenose jedni na druge, zatim naučnim radovima ukazuju na pomenute probleme, kao i donošenjem zakonskih propisa, pravila, mera i zakonskih rešenja, koji su u vezi sa bilo kojim rizikom. Pojam kao što je *Kriza*, ispitanici su u potpunosti prepoznali, preko sopstvene situacije i vanrednih događaja u Republici Srbiji, u kojoj se neprekidno dešava neka vrsta krize. Pojam *katastrofa*, ili katastrofalnih posledica, ispitanici su lako prepoznali jer se u Srbiji uvek dešava neka katastrofa u vidu: katastrofa sukoba, katastrofa poplava, katastrofa sa kriminalom i terorizmom i sličnih opasnosti. Stim u vezi, u našem članku, dotakli smo se i destruktivnih katastrofa i posledica, koje se odnose na pojedinačna, grupna i društvena ponašanja. Analizom destruktivnih delovanja i ponašanja kroz prizmu određenih sadržaja, predstavlja se destruktivnim ponašanjem, destruktivnim značenjima, destruktivnom agresivnošću, agresijom, terorizmom, kriminalitetom i sličnim pojavama. Pojam *opasnosti*, ispitanici su prepoznali iz ličnog iskustva, jer su se uvek nalazili u nekoj opasnosti, bilo u saobraćaju, bilo da su u demonstracijama, bilo da u opasnosti od kriminala, terorizma, u opasnosti od ratova kojih je bilo u Srbiju, i slično. Pojam *pretnja* ispitanici su komentarisali na način da je njima pretnja od nečega neprekidna, da im svako pretilo, u autobusu gde je gužva, u saobraćaju na ulici, ako ne pustiš očištanog kriminalca da prođe, istrčavaju iz kola i prete batinama, kada uđe lopov u stan on pretilo pištoljem, nožem ili drugim tupim predmetom i traži iznudu, itd. Pojam *vanredna situacija*, ispitanici prepoznaju u svim okolnostima kad se dogode poplave, požari, zemljotresi, padavine, odroni zemljišta i slično, jer se tada u načelu zavode vanredne situacije. To isto se po mišljenju ispitanika događa i u uslovima kada vas oružano napada i zapreti neko, kad nam neki pojedinci i grupe prete terorizmom i u mnogim drugim uslovima, kada se pojedinci ili socijalne grupe nalaze u čestim vanrednim situacijama. Drugi deo Upitnika sadržavao je niz tvrdnji čija je suština da se utvrde stavovi i uverenja, 210 ispitanika o tom šta je po njihovom mišljenju (trebalo je zaokružiti samo jedan od ponuđenih odgovora):

I. Najviše ugroženo *rizikom*: (1. Zemlja (30 ili 14,28 % ispitanika), 2. vazduh (39 ili 18,57 %) 3. voda (141 ili 67,14 %)?

II. Najviše ugroženo *Krizom*: 1. siromaštvo (198 ili 94,28 %), 2. gubici bogatih (0), 3. sigurnost družave (112 ili 53,33%)?

III. Najviše predstavlja *opasnost*: 1. opasnost od udesa (21 ili 10 %), 2. opasnost od poplava (126 ili 60 %), 3. opasnost od terorizma (63 ili 30 %)?

IV. Najveća *pretnja*: 1. pretnja ratom (110 ili 52,38 %), 2. pretnja sankcijama (70 ili 33,33 %), 3. Pretnja bezbednosti (30 ili 14,28 %) ?

V. Najizvesnije za nastanak ili proglašenje Vanredne situacije? 1. elementarne nepogode (110 ili 52,38 %), 2. sukobi u regionu (79 ili 37,61 %), 3. gomilanje naoružanja (21 ili 10 %)?

Analiza rezultata istraživanja stavova i uverenja 210 ispitanika na drugi deo pitanja u upitniku ukazuje da je na pitanje Šta je najviše ugroženo rizikom? Najveći broj ispitanika, njih 141 ili 67,14% odgovorilo da je to voda, koju je često zagađuju s opasnim materijama, otpadnim vodama, olupinama automobila i drugih sličnih otpadnim sredstava. Od 210 ispitanika koji su obuhvaćeni istraživanjem, njih devet (9) ili 4,28 % nisu dali odgovor ni na jednu od ponuđenih alternativa, najverovatnije što nisu bili sigurni, jer su ograničeni na samo jedan odgovor. Na pitanje II upitnika, šta je najviše ugroženo krizom, najveći broj ispitanika, je odgovorio da je to *siromaštvo* (198 ili 94,28 %), što je i očekivano, jer je poznato da je Srbija u proteklih 20 godina često bila u krizi iz različitih razloga koja je ostavljala vidljive posledice na osiromašavanje njenih građana. Na pitanje III, šta je najčešće za njih predstavljalo opasnost, najveći broj ispitanika, njih 126 ili 60 % je odgovorio da su to opasnosti od poplava, što je takođe očekivano, jer je u prethodnih 10 godina Srbija bila zahvaćena masovnim i velikim poplavama izazvanim izlivanjem reka Save, Kolubare i Morave. Na pitanje IV koje se odnosi na najveću *pretnju*, najveći broj ispitanika njih 110 ili 52,38 % je odgovorilo da je to pretnja ratom, dok je njih 70 ili 33,33 % odgovorilo da je to opasnost od sankcija, a njih 30 ili 14,28 smatra da najveća opasnost pretilo od terorizma, što je očekivano, s

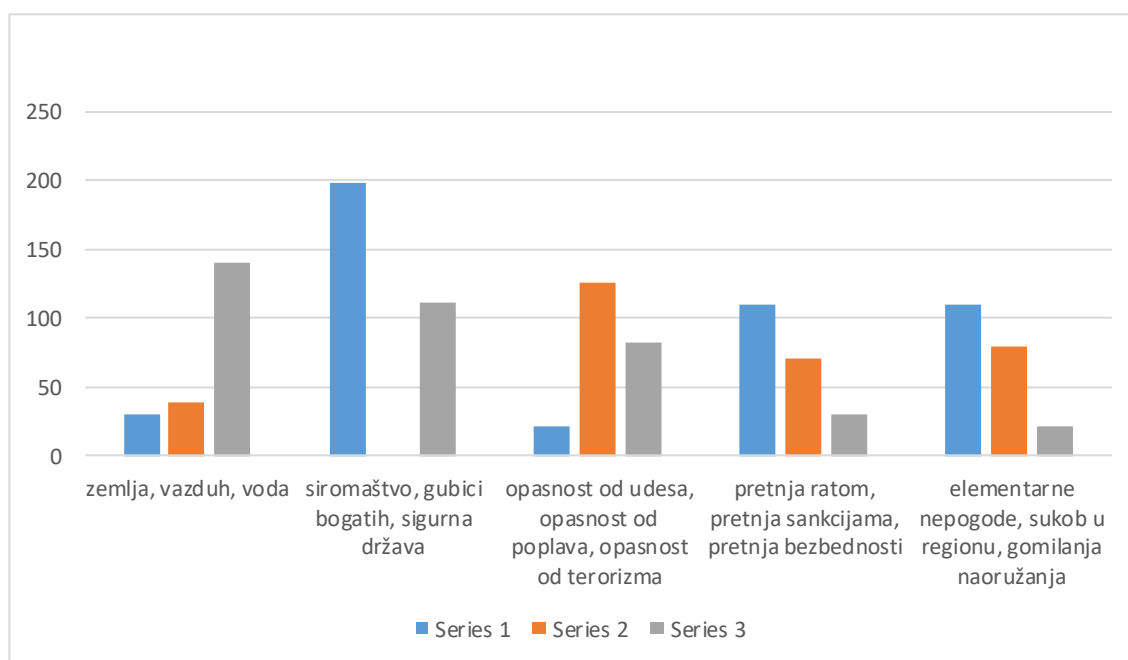


obzirom da je Srbija u proteklih 30 godina bila najviše pogođena ratovima vođenim na prostoru prethodne Jugoslavije, sankcijama i terorizmom na Kosovu i Metohiji.

Kad je u pitanju proglašenje vanredne situacije (pitanje broj V), ispitanici njih 110 ili 52,38 % je odgovorilo da *elementarne nepogode* najčešće dovode do nastanka ili proglašenja vanredne situacije u Republici Srbiji, zatim slede sukobi u regionu sa 79 ili 37,61 % ispitanika, i gomilanje naoružanja u regionu sa 21 ili 10 % ispitanika. Istraživanje je izvršeno, u prvoj polovini 2021. godine.

*Tabela br.1 Rezultati istraživanja stavova i uverenja ispitanika o stepenima ugroženosti od I. Rizka, II kriza, III opasnosti, IV pretnji, V. Vanrednih situacija, VI.Elementarne nepogode*

I.	1.Zemlja 30	2.Vazduh 39	3.Voda 141	Ukupno 210
II.	1.Siromaštvo 198	2. Gubici bogatih 0	3. Sigurna država 112	Ukupno 210
III.	1.Opasnost od udesa 21	2.Opasn. od poplava 126	3. Opasnost od teror. 83	Ukupno 210
IV.	1.Pretnja ratom 110	2.Pretnja sankcijama 70	3.Pretnja bezbed. 30	Ukupno 210
VVI.	1.Element. nepogode 110	2.Sukobi u regionu 79	3.Gomilanje naoruž. 21	Ukupno 210



*Grafikon 1. Grafički prikaz rezultati istraživanja*

## Zaključak

Kriza kao društvena pojava može se desti u mnogim kriznim situacijama u svim oblastima, društvima, pa i planeti zemlji. Kriza kao iznenadna pojava je u najčešćim slučajevima, opasno stanje, koje proističe, nekad ređe, a nekad češće, iznenadnim ili očekivanim sitiacijama. Drugim rečima, krizu izazivaju nezadovoljne grupe, okupljeni oko svog rukovodstva, putem različitih oblika, pre svega, štrajkova, prevrata, nezadovoljstva materijalnim, finansijskim i političkim razlozima. Krizu izazivaju kriminalne i terorističke skupine, ili organizacije, povedene od nezadovoljnih, vođa tzv tajkuna, koji organizuju šire mase iz sopstvenih razloga, ciljeva i dobiti.

Rizici su izvesne pretnje koje i mogu biti uslov nastajanja negativnog ili opasnog stanja u kojem u najčešćim slučajevima, dolazi do ozboljnih društvenih posledica. Katastrofa je negativna pojava društvenog, prirodnih i tehničko tehnološkog karaktera, kao proizvod katastrofa. Katastrofe nastaju od velikih i čestih udesa i prirodnih nepogoda, koje produkuju rizike, krize, pretnje i slične opasnosti. *Upravljanje* katastrovama je značajna funkcija menadžmenta državnih i privatnih institucija, koje upravljaju stručnim i drugim snagama i sredstvima u slučaju nastanka opasnosti. Katastrofe u načelu uzrokuju zavođenje vanredne situacije. Klimatske promene nastaju uticajem čoveka i u manjoj meri uticajem prirode. Svaka ljudska pretnja uticajem čoveka na prirodu, predstavlja, uticaj društva na promene klime i njeno reagovanje. *Komunikacija*, je radnja između aktera u procesu upravljanja krizama je veoma važna ljudska aktivnost, koja je uslov za efikasno delovanje aktera i za uspeh u suprotstavljanju kriznim i vanrednim situacijama. Sva društva u regionu Balkana imaju istu sudbinu i sva su jednako ugrožena od prirodnih katastrofa i nepogoda. Svim društvima u regionu Balkana prirodne katastrofe nanose velike posledice, štete i nesreće. Prirodne i veštački izazvane elementarne nepogode, zadnjih godina sve više se pojavljuju i drastično ugrožavaju, ceo region Balkanskih država i sve više će ih ugrožavati u budućnosti. Poseban uticaj na region imaće klimatske promene izazvane od prirodnih i ljudskih faktora. Otuda je neophodno da se izgradi jedinstveni modeli sistema zaštite i spašavanja od prirodnih katastrofa u zemljama Balkana.

Integralni modeli sistema zaštite i spašavanja u zemljama Zapadnog Balkana, treba da obuhvaju: (1) jedinstveni menadžment sistema zaštite i spašavanja; (2) planove pripravnosti i spremnosti za vanredne situacije; (3) zajedničku osnovu za planiranje, koja podrazumeva izgrađenu jedinstvenu metodologiju, koncepciju i model delovanja subjekata sistema za zaštitu i spasavanje i razvijene mehanizme i procedure postupanja svih subjekata društva u vanrednim situacijama; (4) prevenciju koja treba da obuhvati celovite preventivne mere za efikasno sprečavanje katastrofa i nesreća ili smanjenje njihove učestalosti i konsekvenci koje iz njih prirodno nastaju; (5) jedinstvenu edukaciju osoba koje učestvuju u zaštiti i spasavanju na celoj teritoriji svake od zemalja Balkana; (6) stalnu realizaciju vežbi i treninga, svih subjekata koji učestvuju u zaštiti i spasavanju; (7) povremenu evaluaciju i stalne analize funkcionisanja uspostavljenog jedinstvenog modela zaštite i spasavanja, i (9) permanentno izvlačenje iskustava iz prakse implementacije uspostavljenog modela u državama Balkana (Danilović, Minic, 2015: 60–70).

## Reference

- Bostrom, N., Ćirković, M. (2011, 2012). *Rizici globalnih katastrofa [Global disaster risks]*, Heliks Smederevo [in Serbian].
- Bošković, M. (2015). *Kriminološki leksikon [Criminological lexicon]*, Novi Sad, Matica Srpska [in Serbian].
- Danilović, N., Minić, M. (2015). *Sistem zaštite i spašavanja u prevenciji i saniranju katastrofa i drugih nesreća u zemljama zapadnog Balkana [Protection and rescue system in the prevention and remediation of disasters and other accidents in the countries of the Western Balkans]*, Zbornik radova sa III međunarodnog naučnog skupa «Pravo i izazovi 21. Veka» – «Katastrofe, prevencija i saniranje». I-tom, Evropski univerzitet Brčko Distrikt, Brčko, 60–70 [in Serbian].
- Keković, Z., Savić, S., Komazec, N., Milošević, M. & Jovanović D. (2011). *Procena Rizika [Risk Assessment]*, Beograd, Centar za analizu rizika i upravljanje rizicima [in Serbian].
- Mićunović, Lj. (1988). *Savremeni rečnik stranih reči [Modern dictionary of foreign words]*, Književna zajednica Novi Sad [in Serbian].
- Pejanović, Lj. Rakić, M., Komarčević, M. (2014). *Katastrofa i kritična infrastruktura u Obrenovcu-Republika Srbija [Disaster and critical infrastructure in Obrenovac-Republic of Serbia]*, Zagreb, Naučni skup, Veleučilište Velika Gorica [in Serbian].

- Pejanović, Lj., Rakić, M. (2016). *Savremeni oblici pretnji i moguće posledice po sigurnost u Evropi [Modern forms of threats and possible consequences for security in Europe]*, Zagreb, Naučni skup, Veučilište Velika Gorica [in Serbian].
- Pejanović, Lj., Laković, V. & Stojanović S. (2007). *Ugrožavanje i fizičko-tehnička zaštita [Endangerment and physical and technical protection]*, Beograd, Instotit za političke studije [in Serbian].
- Pejanović, Lj., Laković, V., Stojanović, S. (2016). *Privatni sektor obezbeđenja [Private security sector]*, Beograd, Studio IBN [in Serbian].
- Pejanović, Lj., Đurković, R. (2011). *Vanredne situacije [Emergencies]*, Novi Sad, Fakultet Lazar Vrkatić Novi Sad [in Serbian].
- Ćulibrk, Ž. (2013). *Upravljanje rizikom kao segment zaštite kritičnih infrastrukture [Risk management as a segment of critical infrastructure protection]*, Zbornik Radova III međunarodna znanstveno-stručna konferencija; str.71, Zagreb, Visoka policijska škola [in Serbian].

**UPRAVLJANJE I KOMUNIKACIJA SA SNAGAMA I SREDSTVIMA  
U NASTANKU KRIZA I KATASTROFA  
U REGIONU BALKANA**

*Akademik, Prof.dr **Ljubo Pejanović**, Redovni profesor u mirovini, član Srpska akademije inovacionih nauka u Beogradu, SAINS, Višnjička,91 Beograd*  
[pejanovicljubo@gemai.com](mailto:pejanovicljubo@gemai.com)

*Akademik Prof. dr **Stevan Stojanović**, Profesor na fakultetu za poslovne i pravne studije u Beogradu, Jurija Gagarina 101, Novi Beograd, SAIN, Višnjička 91*  
[stojanovicsteva62@gmail.com](mailto:stojanovicsteva62@gmail.com)

***Jovana Ristić**, student završnih studija bezbednosti u Beogradu,  
Gospodara Vučića 51,  
[jovana\\_r@live.com](mailto:jovana_r@live.com)*

*Mrs **Nenad Stojanović**, oficir policije, Ministarstvo unutrašnjih poslova Srbije u Beogradu,  
Sarajevska 34, Beograd  
[Nenad8855@.com](mailto:Nenad8855@.com)*

**Anotacija**

*U ovom radu, posvećena je posebna pažnja problemu, upravljanja snagama za smanjenje rizika, kriza i katastrofa i međusobna komunikacija u regionu Balkana. Upravljanje i komunikacija odnosi se na bezbednosne snage, spasilačke timove i socijalne komunikacije. Dakle, za sve navedeno, korišćene su destruktivne analize, kao i metode analiza i sadržaja, vezanih za postavljene problem širih-destruktivnih razmera. Stim u vezi, opisani su i objašnjeni postavljene problemi, upravljanja i komuniciranja u pojavi ili nastanku pretnji, koje prouzrokuju, pretnje rizike i krize, kao i moguće posledice po živote, zdravlje i vrednosti u navedenom region. Takođe je*

*predviđeno, prepoznavanje i objašnjenje rizika, pretnji i mogućih kriza, kako u komunikacijama tako i akcijama u zuzbijanju pretnji.*

*Cilj ovog teorijskog rada, je ukazivanje i dokazivanje na pouzdane procene i analize pretnji, rizika, a time i kriza, kako u rizicima, katastrofama tako i u komunikacijama i aktivnostima. Takođe, u radu će se posvetiti pažnja planiranju, organizovanju i ostvarivanju prevencije i zaštite, kritične infrastrukture, koja prihvata i trpi pretnje, rizike i krize, angažovanim snagama za umanjeње pretnji u Regionu Balkana.*

***Ključne reči:*** *Katastrofa, rizik, procena, pretnja, krize, komunikacija, koordinacija.*

*Submitted to the editor – 02.02.2021*

*Reviewed – 07.05.2021*

*Accepted for printing – 04.07.2021*

*Подано до редакції – 02.02.2021*

*Рецензовано – 07.05.2021*

*Прийнято до друку – 04.07.2021*



## ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ ДЛЯ ПУБЛІКАЦІЇ В НАУКОВОМУ ЖУРНАЛІ «СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА»



### Обсяг та форматування

<https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/about/submissions>

Повний обсяг статті разом з анотаціями англійською (обов'язково), українською (обов'язково) та мовою, якою написана стаття, додатками, таблицями, ілюстраціями, списком літератури має становити **25-80 тис. знаків** (символів та пробілів).

Обсяг рецензії на книгу має становити 5–10 тис. знаків.

Файли необхідно називати прізвищем автора статті латиницею. Наприклад, Petrenko.doc. Якщо авторів кілька, то прізвищами перших двох авторів. Наприклад, Petrenko\_Sydorenko.doc.

Рукопис необхідно подавати у форматі, сумісному з Microsoft Word (можливі розширення файлів: .rtf, .doc, .docx). Розмір сторінки А4; книжкова орієнтація; береги по 2 см.; шрифт Times New Roman; розмір шрифту 14; інтервал між рядками 1,5.

Назву статті треба набирати звичайним текстом; не допускається набір із використанням опції Caps Lock.

Необхідно розрізняти символи дефіс і тире (тире відокремлюється з обох боків пропусками й довше за дефіс).

Стиль тексту Звичайний (Normal). Використання інших стилів не допускається.

Схеми, графіки, діаграми (далі – ілюстрації), формули й таблиці нумеруються.

Ілюстрації таблиці не повинні перевищувати розміром зазначених вище розмірів сторінки (А4 мінімум по 2 см береги).

Таблиці формуються в редакторі таблиць (пункт меню “Таблиця”). Формат таблиць тільки книжковий.

Формули в статтях мають бути набрані за допомогою редактора Equation Editor.

Не рекомендується користуватись автоматичною нумерацією.

**Ілюстрації.** Формат файлів ілюстрацій: jpg. Роздільна здатність ілюстрацій: 300 dpi. Кожну ілюстрацію треба надсилати окремим файлом. Називати файл ілюстрації треба прізвищем автора статті латиницею. Якщо ілюстрацій кілька, то потрібно додавати в назві файлу після прізвища автора порядковий номер ілюстрації. Наприклад, Petrenko1.jpg; Petrenko2.jpg; Petrenko3.jpg.

Перед основним текстом статті потрібно вказати такі дані:

- індекс УДК;
- прізвище, ім'я та по батькові автора/авторів, науковий ступінь, учене звання;
- електронна адреса, ORCID, Scopus Autor ID, Research ID, повна назва організації, у якій працює (навчається) автор, її адресу, поштовий індекс, назва країни;
- назву статті великими літерами;
- **анотацію (детальні вимоги – див. далі);**
- 3–5 ключових слів.

## **Вимоги до структури основного тексту статті** **<https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/about/submissions>**

Основний текст статті повинен мати визначену структуру. Підрозділи статті, які наведено нижче, повинні бути виділені в тексті жирним шрифтом і розташовані на окремому рядку як підзаголовки.

**1. Вступ** (актуальність теми, огляд літератури й попередніх досліджень із цієї чи суміжної проблематики, мета статті). Обсяг – близько 3000 знаків.

**2. Методи дослідження** (не загальними фразами, а чітко розписати, які методи і як саме використовувалися для даного дослідження; тобто розкрити механізм проведення дослідження – яким чином було отримано його результати).

**3. Результати й обговорення** (навести основні результати дослідження).

**4. Висновки.**

**5. Подяки** (коротко висловити подяку ВНЗ та дослідникам, які надали допомогу при підготовці публікації).

**6. Додатки й Таблиці** (якщо є Додатки й Таблиці, то вони обов'язково повинні мати заголовки й порядкові номери; примітки слід розміщувати безпосередньо під таблицями. У тексті статті обов'язково мають бути посилання на ці додатки чи таблиці).

**7. Список літератури.** Реквізити джерела для журнальних статей – автор, назва статті, назва журналу, номер журналу, рік видання, номери сторінок. Реквізити джерела для книжок – автор, назва книжки, місто видання, назва видавництва, рік видання, кількість сторінок. Приклади оформлення списку літератури дивіться далі.

### **Вимоги до анотації**

**<https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/about/submissions>**

**Анотації українською мовою та мовою, якою було написано статтю.**

**Обсяг анотації: 1800–2000 знаків, урахуваючи пробіли.**

Анотація має бути якісною, інформативною та лаконічною. Її мета – стисло відобразити основний зміст проведеного дослідження. **Уникайте повторення в анотації назви статті й загальних фраз.**

**Структуру анотації описано далі.**

**Анотація англійською мовою (Annotation)**

**Обсяг анотації англійською: 1800–2000 знаків, урахуваючи артиклі та пробіли.**

Анотація має бути написана **правильною англійською мовою** з урахуванням особливостей орфографії та граматики (британська або американська англійська, але не суміш обох). Неприпустимо подавати анотації, перекладені лише за допомогою комп'ютерних перекладачів.

**Структура анотації.** В анотації необхідно чітко вказати:

- **мету** дослідження (main **objective(s)** of the study);
- **методи (methodology)** – не загальними фразами, а чітко вказати, як саме було застосовано певні методи; тобто розкрити сам механізм проведеного дослідження – яким чином було отримано його результати (how the study was done);
- головні **результати й висновки** дослідження (**results/findings and conclusions**), із яких має бути зрозумілою їх значимість (**significance**) для науки, суспільства, освіти тощо (здобутий новий цінний фактаж; виявлені нові взаємозв'язки та закономірності; підтверджені чи спростовані певні гіпотези тощо).

**Ключові слова (Keywords).**

Після анотації потрібно вказати 3–5 ключових слів, розділяючи їх крапкою з комою.

Добираючи ключові слова, урахуйте, що вони мають сприяти пошуку Вашої публікації в електронних каталогах та наукометричних базах. Рекомендуємо проаналізувати,

які ключові слова зазвичай використовують у публікаціях за тематикою Вашого дослідження в ключових світових наукометричних базах, наприклад, ScienceDirect видавництва Elsevier (Scopus): <http://www.sciencedirect.com/science/search>. Правильно підібрані ключові слова сприятимуть пошуку Вашої публікації колегами та підвищенню індексу її цитування.

## Вимоги до оформлення списку літератури

### Шановні автори!

Звертаємо Вашу увагу, що до журналу «Соціальні комунікації: теорія та практика» приймаються для розгляду й подальшого double-blind (подвійного «сліпого» (анонімного) рецензування) тільки ті статті, що відповідають проблематиці журналу.

За умовами редакційної політики журналу «Соціальні комунікації: теорія та практика» автор/співавтори можуть опублікувати тільки одну статтю в поточному випуску.

### Умови подання й опублікування рукописів.

Стаття подається однією з таких мов (українська, російська, білоруська, англійська, польська, сербська, чеська, французька, німецька, китайська) в онлайн-поданні – <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/about/submissions> або на електронну адресу – [akholod@ukr.net](mailto:akholod@ukr.net).

Разом зі статтею подається окремим файлом підписана автором форма про ознайомлення з **Положенням про конфлікт інтересів** <https://comteka.com.ua/положення-про-конфлікт-інтересів/>.

Цитування та внутрішньотекстове посилання на літературні джерела здійснюються за стилем **АРА** (див. – <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples>), наприклад (Іванов, 2008; Шульженко & Деревянко, 2000; Dejk, Pristly & Leod, 2018); якщо зазначається сторінка джерела, то вона подається через двокрапку, наприклад (Вірченко, 2010: 55).

У **змісті статті** при перерахуванні прізвищ учених **необхідно обов'язково** вказувати рік (роки) праці (праць), які аналізує автор статті, і “вносити” відповідні джерела в список літератури.

Наприклад:

Розуміння мовлення (тексту) є предметом психолінгвістичних досліджень вітчизняних і зарубіжних учених (Варганов, 2009, 2019; Різун, 2015; Партико, 1996; Холод, 1999, 2019; Зражевська, 2005; Бойко, 1991, 2010; Wertyl & Polansky, 2019; Lashke, Rizun & Kholod, 2013; Betsy, Koff, Meiri-Leib, Joils & Mountain, 2013; Costle & Wasserman, 2018; Mook, Falconi & Tolff, 2017 та ін.).

### ОФОРМЛЕННЯ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.

Література і **References** оформлюються за стилем **АРА** – <https://apastyle.apa.org/style-grammar-guidelines/references/examples>.

**Файли** мають бути прикріплені в онлайн-поданні на електронну адресу та названі прізвищем автора:

Бартошек\_стаття.

Бартошек\_заявка.

Бартошек\_форма про конфлікт інтересів.

### Умови отримання авторського примірника збірника наукових праць.

Пересилання примірників журналу здійснюється ТОВ «Нова пошта» за рахунок автора.

**ВАРТІСТЬ ПУБЛІКАЦІЇ** вказана на сайті журналу в рубриці «Оплата за публікацію» – <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/payment>

*Редакція зв'яжеться з авторами, щоб підтвердити інформацію про затвердження статті до друку та її оплату.*

### Положення про конфіденційність.

Імена та електронні адреси, які вказуються користувачами сайту цього Журналу, будуть використовуватися виключно для виконання внутрішніх технічних завдань цього Журналу; вони не будуть поширюватися та передаватися стороннім особам.

**Якщо оформлення статті не відповідає зазначеним вимогам, редакція повертає статтю автору на доопрацювання.**

Електронна версія журналу опублікована на сайті <https://new.comteka.com.ua/index.php/journal/issue/archive> в рубриці «Архів».



**Наукове видання**

**СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ:  
ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

**Том 12**

**Науковий піврічний журнал**

Науковий журнал «Соціальні комунікації: теорія і практика»  
zareestrovаний у Міністерстві юстиції України  
як друкований засіб масової інформації  
(свідоцтво – серія **КВ № 21875-17775 Р** від **01.02.2016**)

У томі 12 статті надруковано англійською, російською,  
сербською й українською мовами.

Наукові редактори – Ганна ХОЛОД, Олександр ХОЛОД,  
Набір текстів – автори статей.  
Літературний редактор – Ганна ХОЛОД.

Стилізація англійських анотацій до статей – Олександра СИНОВЕЦЬ.

Верстка, архітектоніка тексту,  
художнє оформлення й палітурка – Олександр ХОЛОД.

**Соціальні комунікації: теорія та практика (2021).** Науковий піврічний журнал. Том 12, 146.

Том 12 періодичного наукового журналу містить результати досліджень фахівців із соціальних комунікацій, представлені авторами з Німеччини, Росії, Сербії й України.

Дослідження стосуються теорії та історії соціальних комунікацій, теорії та історії журналістики, комунікацій у державному менеджменті, прикладних соціальних комунікацій у соціальних мережах, педагогіці й кримінології, а також соціальних комунікацій із позицій соціо- й психолінгвістики.

Матеріали зацікавлять фахівців із соціальних комунікацій, психологів, політологів, філологів, соціологів та філософів.

© ГО «НОЦ «УСПШНИЙ»» (Громадська організація «Науково-освітній центр «УСПШНИЙ»), 2021.

© Товариство з обмеженою відповідальністю «Науково-виробниче підприємство «Інтерсервіс», 2021.

Підписано до друку 20.07.2021. Формат 60x84/8.  
Папір офс. Гарнітура «Ukrainian TimesET». Друк офс.  
Ум. др. арк. 9.0. Наклад прим.: 300. Замовлення № 1241-7/21

**Видавець:**

*(літературне й наукове редагування, рецензування, антиплагіатна експертиза, бібліографічний контроль, архітектоніка тексту, форматування, верстка, розміщення статей на електронному ресурсі журналу):*

Громадська організація  
«Науково-освітній центр «УСПШНИЙ»,  
03148, м. Київ, вул. Гната Юри, 3, оф. 44,  
Ідентифікаційний код юридичної особи 43762555  
Дата та номер запису в ЄДР – 20.08.2020, 1000721020000045161

**Видавець:**

*(тиражування):*

ТОВ «НВП «Інтерсервіс»  
04209, м. Київ, вул. Бориспільська, 9  
Свідоцтво: серія ДК № 3534 від 24.07.2009 р.

**Виготовлювач:**

СПД Андрієвська Л. В.  
04209, м. Київ, вул. Бориспільська, 9  
Свідоцтво: серія ВОЗ № 919546 від 19.09.2004 р.