

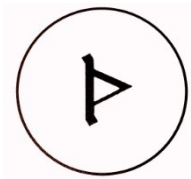
eISSN 2522–9125

pISSN 2524–0471

# **SOCIAL COMMUNICATIONS: THEORY AND PRACTICE**

**Scientific semiannual magazine**

DOI: 10.51423/2524-0471-2023-15-1



Volume 15(1)

*(January – June)*

Київ – 2023

---

# **СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА**

**Науковий піврічний журнал**

DOI: 10.51423/2524-0471-2023-15-1

Том 15(1)

*(січень – червень)*

Київ – 2023

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 STAFF

##### Co-editors:

- Scientific Editor – **Kholod Oleksandr**, Doctor of Science in Philology, Head of the Department of Journalism of Vasyl Stefanyk Prykarpattia National University (Ukraine).
- Scientific and Literary Editor – **Kholod Hanna**, Doctor of Philosophy in Philology, CEO of the NGO «Scientific and Educational Center «SUCCESSFUL» (Ukraine).

#### INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

- Bezrucho Oleksandr** – Doctor of Science of Art (Dr. Sc.) on specialty Theory and History of Culture, Professor, 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 (Ukraine).
- Bessarab Anastasia** – Doctor of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Professor of the Department of Special Pedagogy and Special Psychology, Communal Institution of Higher Education «Khortytskyi National Educational Institution Academy of Rehabilitation» (Ukraine).
- Finch Michael** – Ph.D. in Communication, Bryan College, Department Chair, Associate Professor (USA), LCC International University, Affiliate Researcher (Lithuania).
- Goroshko Olena** – Doctor of Science in Sociology; Doctor of Science in Philology; Professor, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute» (Ukraine).
- Danilovich Nedho** – Academician of the Serbian Academy of Innovation Sciences, Doctor of Political and Security Sciences, Full Professor of Scientific Research Methodology and Vice-Rector for Science and Development at the MB University in Belgrade of Serbia, President of the International Association of Methodologists of Social Sciences (Srbija).
- 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 (India).
- Dosenko Anzhelika** – Candidate of Sciences in Social Communications, Associate Professor, Borys Grinchenko Kyiv University (Ukraine).
- Elbeshausen Hans** – associate professor emeritus; Section of Galleries, Libraries, Archives and Museums (GLAM) Department of Communication; University of Copenhagen (Denmark).
- Krutov Vasyl** – Doctor of Sciences in Law, Professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Higher School of Ukraine (Ukraine).
- Kuchukov Hristo** – Doctor of Sciences in Pedagogy, Professor; University of Silesia: Katowice, Poland (Germany).
- Lukacovic Marta Natalia** – PhD, Assistant Professor of Communication and Mass Media, Angelo State University, Texas Tech University System (USA).
- Skott Bo** – Doctor of Philology, Senior Lecturer, Department of Cultural Sciences, Faculty of Arts and Humanities, Linnaeus University (Sweden).
- Synowiec Aleksandra** – Ph.D. in Sociology, Assistant Professor, Silesian University of Technology in Gliwice (Poland).

**Social Communications: Theory and Practice (2023).** *Scientific semiannual magazine, 15(1),* January – June, Kyiv, 158.

Volume 15(1) of the periodical scientific journal contains the results of research by specialists in social communications, presented by authors from England, Belgium, Poland and Ukraine. Research concerns theory, methodology and history of social communications, theory and history of journalism, applied social and communication technologies, social communications and human rights.

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

© Public organization  
Scientific and educational center «SUCCESSFUL», 2023.  
© Limited Liability Company «Research and Production  
Enterprise «Interservice», 2023.

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.

### РЕДАКЦІЙНИЙ ШТАТ

#### Співредактори:

- Науковий редактор – **Холод Олександр Михайлович** – доктор філологічних наук, завідувач кафедри журналістики Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (Україна).
- Науковий і літературний редактор – **Холод Ганна Ярославівна** – кандидат філологічних наук, директор Громадської організації «Науково-освітній центр «УСПШНИЙ» (Україна).

### МІЖНАРОДНА РЕДАКЦІЙНА РАДА

- Безручко Олександр** – доктор мистецтвознавства, професор, член Національної спілки письменників України, Національної спілки журналістів України (Україна).
- Бессараб Анастасія** – доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри спеціальної педагогіки та спеціальної психології, Комунальний заклад вищої освіти «Хортицький національний навчальний заклад Академія реабілітації» (Україна).
- Горошко Олена** – доктор соціологічних наук, доктор філологічних наук; професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (Україна).
- Данилович Недьо** – академік Сербської академії інноваційних наук, доктор політичних і безпекових наук, Університет МВ у м. Белград (Сербія).
- Двіведі Ратнеш** – доктор наук, професор, Університет Єсбад; Паризька школа журналістики (Індія).
- Досенко Анжеліка** – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Київський університет імені Бориса Грінченка (Україна).
- Ельбесхаузен Ханс** – почесний професор Інституту комунікації Університету Копенгагена (Данія).
- Крутов Василь** – кандидат педагогічних наук, доктор юридичних наук, професор, Заслужений діяч науки і техніки України, академік Національної академії наук вищої школи України (Україна).
- Кучуков Христо** – доктор педагогічних наук, професор, Сілезьський університет (Польща).
- Лукакович Марта** – доктор філософії, доцент кафедри комунікацій та мас-медіа, Університет штату Анджело, система Техаського технологічного університету (США).
- Синовець Олександра** – доктор філософії, доцент, Сілезький технологічний університет у Глівіце (Польща).
- Скотт Бо** – доктор філологічних наук, старший лектор, відділ культурних наук, мистецько-гуманітарний факультет, Університет Ліннея (Швеція).
- Фінч Майкл** – доктор філософії в галузі комунікацій, Коледж Браяна, завідувач кафедри, доцент (США), Міжнародний університет LCC, запрошений дослідник (Литва).

*Соціальні комунікації: теорія та практика* (2023). Науковий піврічний журнал. Том 15(1), січень – червень, 158.

Том 15(1) періодичного наукового журналу містить результати досліджень фахівців із соціальних комунікацій, представлені авторами з Англії, Бельгії, Польщі й України.

Дослідження стосуються теорії, методології та історії соціальних комунікацій, теорії та історії журналістики, прикладних соціально-комунікаційних технологій, соціальних комунікацій та прав людини.

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

© Громадська організація  
«Науково-освітній центр «УСПШНИЙ», 2023.

© Товариство з обмеженою відповідальністю «Науково-виробниче підприємство «Інтерсервіс», 2023.

**CONTENT**

Pages

**THEORY, METHODOLOGY AND HISTORY  
OF SOCIAL COMMUNICATIONS**

- 1. Methodological principles of research of social communication processes**  
(in Ukrainian) 9–43

**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**

- 2. Pathogenic Text: Semiocentric Approach**  
(in English) 45–60

**Borys Potyatynyk,**  
*Doctor of Sciences in Philology, Professor,*  
*School of Journalism and Communication,*  
*Ukrainian Catholic University*  
*(Lviv, Ukraine).*

- 3. The specificity of the feuilletons of the «Kino» magazine for 1926**  
(in Ukrainian) 61–76

**Hanna Kholod,**  
*Candidate of Philological Sciences,*  
*Professor of the Department of Journalism Institute of Psychology and Social Sciences*  
*Interregional Academy of Personnel Management;*  
*CEO of the NGO «Scientific and Educational Center «SUCCESSFUL»*  
*(Kyiv, Ukraine).*

**APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION  
TECHNOLOGIES**

- 4. Formation of mass media image of Ukraine by means  
of the Antwerp newspaper «Het Laatste Nieuws»**  
(in Ukrainian) 78–95

**Snizhana Hontariuk,**  
*Department of Journalism,*  
*Vasil Stefanik Carpathian National University*  
*(Ivano-Frankivsk, Ukraine; Antwerp, Belgium).*

- 5. Propaganda technologies of the First World War, the Second World War and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023: comparative analysis**  
*(in Ukrainian)* 96–114
- Evgenia Kostornova,**  
*Department of Journalism,*  
*Vasil Stefanik Carpathian National University,*  
*(Ivano-Frankivsk, Ukraine).*
- 6. The role of mass media «throw-ins» of Russian propagandists in the conditions of the 3rd period of the Russian-Ukrainian war of 2022-2023**  
*(in Ukrainian)* 115–129
- Tetiana Symchych,**  
*Department of Journalism,*  
*Vasil Stefanik Carpathian National University,*  
*(Ivano-Frankivsk, Ukraine; London, England).*

## **SOCIAL COMMUNICATIONS AND HUMAN RIGHTS**

- 7. Romani Language, Human Rights and «Antigypsyism»**  
*(in English)* 131–150
- Hristo Kyuchukov,**  
*University of Silesia,*  
*(Katowice, Poland);*  
*National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*  
*(Almaty, Republic of Kazakhstan)*

## **REVIEWS**

- 8. Review of Batalina Khrystyna Fridrikhivna's monograph «The child as the embodiment of evil in horror films the second half of the 20th – the beginning of the 21st century»**  
*(in Ukrainian)* 152
- Requirements for publication of articles in a scientific journal «Social Communications: Theory and Practice»** 153–156

**ЗМІСТ**

Стор.

**ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ ТА ІСТОРІЯ  
СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

- 1. Методологічні принципи досліджень процесів соціальних комунікацій**  
(українською мовою)

9–43

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

**ТЕОРІЯ Й ІСТОРІЯ  
ЖУРНАЛІСТИКИ**

- 2. Патогенний текст: семіоцентричний підхід**  
(англійською мовою)

45–60

**Борис Потятиник,**  
доктор філологічних наук, професор,  
Український католицький університет,  
(м. Львів, Україна).

- 3. Специфіка фейлетонів журналу «Кіно» за 1926 рік**  
(українською мовою)

61–76

**Ганна Холод,**  
кандидат філологічних наук,  
професор кафедри журналістики навчально-наукового інституту психології і  
соціальних наук Міжрегіональної академії управління персоналом;  
директор ГО «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ»  
(м. Київ, Україна).

**ПРИКЛАДНІ  
СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

- 4. Формування масмедійного іміджу України засобами  
антверпенської газети «Het Laatste Nieuws»**  
(під час третього періоду російсько-української війни)  
(українською мовою)

78–95

**Сніжана Гонтарюк,**  
кафедра журналістики,  
Прикарпатський національний університет  
імені Василя Стефаника

(м. Івано-Франківськ, Україна; м. Антверпен, Бельгія).

- 5. Пропагандистські маніпуляційні технології  
Першої світової війни, Другої світової війни  
й російсько-української війни 2014–2023 років:  
порівняльний аналіз  
(українською мовою)** 96–114

**Євгенія Косторнова,**  
кафедра журналістики,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
(м. Івано-Франківськ, Україна).

- 6. Роль масмедійних «вкидів» російських пропагандистів  
в умовах 3-го періоду російсько-української війни  
2022–2023 років  
(українською мовою)** 115–129

**Тетяна Симчич,**  
кафедра журналістики,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
(м. Івано-Франківськ, Україна; м. Лондон, Англія).

## СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ПРАВА ЛЮДИНИ

- 7. Romani Language, Human Rights and «Antigypsyism»  
(англійською мовою)** 131–150

**Христо Кучуков,**  
Сілезький університет (Катовіце, Польща);  
Національна Академія Наук Республіки Казахстан  
(Алмати, Казахстан)

## РЕЦЕНЗІЇ

- 8. Рецензія на монографію Баталіної Христини Фрідріхівни  
«Дитина як втілення зла у фільмах жахів  
другої половини ХХ – початку ХХІ сторіччя»  
(українською мовою)** 152

**Вимоги до публікації статей у науковому журналі  
«Соціальні комунікації: теорія та практика»** 153–156

# **THEORY, METHODOLOGY AND HISTORY OF SOCIAL COMMUNICATIONS**


---

ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ  
ТА ІСТОРІЯ  
СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ



## Methodological principles of research of social communication processes



<p><b>Oleksandr Kholod,</b>  <i>Doctor of Science in Philology,</i>  <i>Head of the Department of Journalism,</i>  <i>E-mail: <a href="mailto:akholod@ukr.net">akholod@ukr.net</a>,</i>  <i><a href="https://orcid.org/0000-0002-6851-0176">https://orcid.org/0000-0002-6851-0176</a></i>  <i>ResearcherID: AAD-5598-2019</i>  <i>Vasil Stefanik Carpathian National University,</i>  <i>Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk,</i>  <i>Ukraine, 76000.</i></p>	<p><i>Citation:</i>  Kholod, O. (2023). Methodological principles of research of social communication processes. <i>Social Communications: Theory and Practice, 15(1)</i>, 9–43.  <a href="https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-1-1">https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-1-1</a></p> <p>© Kholod, O. (2023).    Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
---	---

**Annotation**

**The purpose** of the study was to identify the methodological principles of research into social communication processes.

Among the general research **methods**, we chose holism as a «methodological principle and worldview concept that asserts the integrity and indivisibility of the material and spiritual world». Based on the basic ideas of J. Smuts about holism and ideas about quantum mechanics, we interpret Unity as something that cannot be dissected even for scientific analysis.

As a **method** of further study of the analyzed problem, we chose the following research procedures: analysis of available sources of application of adequate methods for the study of social communications; highlighting certain close characteristics of the methods described by us; on the basis of the identification of similar signs of combining methods into groups; formulation of methodological principles of social communications research.

The **results** were obtained according to three criteria: the presence/absence of signs characterizing the theoretical or practical meaning of research procedures within the framework of information exchange between elements of the Whole; the presence/absence of signs of involvement of the research path in society as a Whole (individual, family, social group, social class, social institution, society, etc.); focus on the study of means of regulation of social relations and relationships affecting the state of the Whole.

**Conclusions.** It was found that the identification of common and divergent features of research methods of social communication processes allows for the classification (according to three holistic criteria) of frequent methods, approaches and techniques revealed in the description of the results of 50 separate studies (for the period from 1968 year until 2022). The mentioned classification is based on the methodological principles of social communication research.

**Keywords:** social communications, methodological principles, holism, identification, signs.

**Методологічні принципи досліджень процесів соціальних комунікацій****Олександр Холод,***доктор філологічних наук,**завідувач кафедри журналістики**Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника**(м. Івано-Франківськ, Україна)***Вступ**

Сьогодні в середовищі науковців, які детально вивчають соціальні комунікації як процеси регуляції обміну інформації для функціонування соціуму, є стабільне розуміння несталості й низького рівня дієвості залучених методологічних засобів. Одна група дослідників соціальних комунікацій прихильна до застосування конгломерату, що складається з методів соціології, психології, лінгвістики, психолінгвістики, соціолінгвістики, психіатрії, що об'єднані в науковій галузі 27 – соціальні комунікації (Корнєєв, 2015; Різун, 2012; Ромах, 2020; Хилько, 2013-1; Хилько, 2013-2; Холод, 2014), інша група прагне залишатися в методологічному полі історичних наук (Льганаєва, 2009), архівознавчих і документознавчих (Бездрабко, 2008; Бездрабко, 2006; Кулешов, 2000; Палеха, 2009; Слободяник, 2003; Швецова-Водка, 2007), книгознавчих (Зелінська, 2002; Зелінська, 2013; Зелінська, 2018; Огар, 2012; Пастушенко, 2016) і бібліотекознавчих (Навальська, 2005; Воскобойнікова-Гузєва, 2007-1; Воскобойнікова-Гузєва, 2007-2; Воскобойнікова-Гузєва, 2015; Кунанець, 2013) методів, що запозичені з наукової галузі «Історія». Ще одна група дослідників традиційно звертається до методів, що побутують у журналістознавстві (Богуславський, 2008; Василик, 2010; Колісник, 2013; Михайлин, 2002; Паримський, 2007; Різун, Скотникова, 2005), радіожурналістиці (Лизанчук, 2006; Гоян, 2004; Єлісовенко, Нагорняк, 2017; Хоменко, 2012;) і видавничої справи та редагування (Водолазька, 2015; Зелінська, 2013). Фіксуються також і ті представники досліджень у соціальних комунікаціях, які не відходять від методів психології та психолінгвістики (Холод, 2020), культурології (Вдовіна, 2021), філософії (Зражевська, 2012), лінгвістики (Серажим, 2002) і соціолінгвістики (Шумарова, 2000; Шумарова, 2015), літературознавства (Біличенко, 2012; Іванова, 2013), семіотики й семіології (Чекштуріна, 2015) тощо. Відомі спроби перенесення у вивчення соціальних і масових комунікацій методів, якими послуговуються представники герменевтики (Квіт, 2011) і холізму (Холод, 2020), теорії інформації (Партико, 2008), інформатизації соціокомунікаційних функцій бібліотек (Горова, 2019а; Горова, 2019b), рунології (Чекштуріна, 2016) і маркетології (Кирилишен, Денисова, 2018), рекламної справи (Хавкіна, 2010; Грицюта, 2012), зв'язків із громадськістю (Мантуло, 2012) і квантової психології та психолінгвістики (Холод, 2019), лінгвістики, психології й культурології (Супрун, 2012).

Оскільки теорія й методологія соціальних комунікацій, які активно формуються в останні 15 років, передбачає ідентифікацію власних методологічних засобів дослідження, у результатах наукових розробок з'являються декларації нових підходів до об'єкта вивчення в межах соціальних комунікацій. До таких декларацій варто віднести дослідження медіаконтинууму як просторово-часового формату соціальнокомунікаційної діяльності (Порпуліт, 2021), мережевої комунікації (Городенко, 2012), із позиції методів конвергентних досліджень соціальних комунікацій (Чекмишев, 2011) і моніторингу ЗМІ з позицій історико-теоретичного й прагматичного підходів (Чекмишев, 2012). Соціальні комунікації також розглядаються як специфічні засоби регуляції парламентського інформаційного простору

(Білан, 2016) або з позицій стереотипізації, що функціонує в умовах масових медіа (Бутиріна, 2009). У дослідженні теорії й історії телевізійної журналістики для дітей автори зверталися й до архівного методу, методів психології й педагогіки (Пенчук, 2011). У межах прикладних соціально-комунікаційних технологій розглядалися й соціальні онлайн-мережі як платформа для ведення сучасних інформаційних війн (Курбан, 2018). Погляд дослідників на соціальнокомунікаційний аспект аналізу медіаконтенту цифрової доби (Горська, 2016) передбачає нові методологічні засоби досліджень, які не спираються на сучасні наукові шляхи досліджень соціальних комунікацій, а вимагають застосування синергетичного й кроспредметного підходу. Нові технічні засоби в розповсюдженні журналістського контенту вимагають залучення нових поглядів на його аналіз у системі соціальних комунікацій (Шевченко, 2013). Науковці прагнуть осмислювати феномен зв'язків із громадськістю як комунікаційну (Мантуло, 2012) і соціальнокомунікаційну діяльність (Березенко, 2013). У межах соціальних комунікацій аналізується культура медіаспоживання в Україні як із боку консьюмеризму, так і з боку просьюмеризму (Крайнікова, 2014), що спричиняє об'єктивну необхідність застосування оригінальних методів дослідження.

У зв'язку з описаною проблемою ми обрали *об'єкт* дослідження, який сформулювали як «процеси соціальних комунікацій». У такому випадку *предметом* дослідження виокремили методологічні принципи досліджень процесів соціальних комунікацій.

*Метою* наукової розвідки ми визначили ідентифікацію методологічних принципів досліджень процесів соціальних комунікацій.

#### *Гіпотези.*

Нами було передбачено (*гіпотеза 1* (H1), або основна гіпотеза), що перелік й аналіз специфіки методів вивчення процесів соціальних(-ої) комунікацій(-ії) дасть можливість ідентифікувати спільні й розбіжні ознаки методів дослідження процесів соціальних(-ої) комунікації(-ії).

Ми висунули *гіпотезу 2* (H2), або робочу гіпотезу: якщо ми ідентифікуємо більше спільних ознак у методах вивчення процесів соціальних комунікацій, зможемо класифікувати їх і сформулювати загальні методологічні принципи дослідження соціальних комунікацій.

Контргіпотезою, або *гіпотезою 3* (H3), можемо вважати передбачення про те, що розбіжності в ознаках методів вивчення процесів соціальних комунікацій будуть настільки статистично значимими, що ми не зможемо їх згрупувати й відповідно не зможемо класифікувати з метою ідентифікації методологічних принципів досліджень процесів соціальних комунікацій.

#### *Огляд літератури, що пов'язана з історією вивчення проблеми*

Огляд наукових публікацій із соціальних комунікацій авторів-дослідників, що працюють за кордоном (Холод, 2022), дозволяє констатувати факт ще більшої об'єкт-предметної розшарованості й різноманітності методологічних підходів до вивчення процесів соціальних(-ої) комунікацій(-ії). Згадана різноманітність відслідковується нами від середини ХХ століття й пов'язана з різними об'єктами досліджень у межах системи знань, які в Україні об'єднані під егідою наукової галузі «Соціальні комунікації». Ще 7 лютого 1947 року Карл Говланд під час свого виступу на симпозіумі з дослідницьких рубежів у людських відносинах запропонував розгляд соціальної комунікації як процесу, що формується за допомогою чотирьох факторів (Hovland, 1948), а саме: 1) комунікатор, який передає повідомлення; 2) стимули, які передає комунікатор; 3) особи, які відповідають на повідомлення; 4) відповіді на повідомлення комунікатора. Ми знаємо, що вищезазначені фактори формують не лише соціальну комунікацію, а суто комунікацію як процес обміну

інформацією. Уже 1947 року комунікацію розглядали як соціальну активність (Communication and social action, 1947) і не вважали, що таку активність варто досліджувати поза межами соціології. Уже декілька десятиліть таку позицію піддають критиці. Наприклад, Ф. Кроц (Krotz, 2009) констатує, що комунікація вважалася багато років наукою соціальною, отже, і методологія її дослідження повинна користуватися засобами соціології. При цьому «комунікація розумілася як форма соціальної дії» (Krotz, 2009). Під час дослідження комунікації представники психології аналізують процеси обміну інформацією насамперед як фундаментальну рису людини.

Огляд літератури ми здійснили за трьома групами джерел, у яких автори здійснили дослідження за допомогою: 1) методів, які залучені для вивчення процесів соціальних комунікацій із позицій медицини; 2) методів, що допомогли дослідити процеси соціальних комунікацій із боку соціальної поведінки людей; 3) методів інформаційних технологій в ІТ-галузі, у яких аналізуються процеси соціальних комунікацій; 4) методи, що застосовуються під час вивчення способів прийняття рішень, коли здійснюється дослідження процесів соціальних комунікацій.

### *1. Методи, які залучені для вивчення процесів соціальних комунікацій із позицій медицини*

Соціальні комунікації активно вивчаються в межах комунікаційної медицини (Communications Medicine, 2022), застосовується метод залучення моделі ІМРАСТ, як і метод лінійних моделей та нейронних мереж (Qiu, Chen, Dincer, et al., 2022). Завдяки згаданому методові (модель ІМРАСТ) автори «визначають характеристики, які збільшують імовірність того, що людина помре раніше, ніж очікувалося, виходячи з очікуваної тривалості життя населення» (Qiu, Chen, Dincer, et al., 2022). Розробка комп'ютерної програми й застосування її до інформації, отриманої про характеристики й історію хвороби людей із США, дозволили «визначити раніше невідомі характеристики (наприклад, окружність руки), які впливають на ймовірність того, що хтось помре раніше, ніж очікувалося» (Qiu, Chen, Dincer, et al., 2022). Метод залучення моделі ІМРАСТ допоміг дослідникам «визначити комбінації характеристик, які взаємодіють, щоб збільшити ймовірність смерті раніше, ніж очікувалося» (Qiu, Chen, Dincer, et al., 2022). Автори вводили в програму характеристики людини й «розраховували ймовірність смерті протягом наступних 5 років» (Qiu, Chen, Dincer, et al., 2022). Метод залучення моделі ІМРАСТ дозволив «визначити характеристики, які людина могла б змінити, щоб покращити своє здоров'я та зменшити ймовірність смерті протягом цього періоду» (Qiu, Chen, Dincer, et al., 2022). Вищезгаданий метод не застосовувався в дослідженнях українських фахівців із соціальних комунікацій, хоча має, на наш погляд, певні перспективи в дослідженнях, що спрямовані на покращення соціальних комунікацій людей, які, досягнувши похилого віку, психологічно «готуються» до смерті.

Під час вивчення в нейрології розладів соціальної комунікації (SCDC), зокрема – зв'язку між соціальною комунікацією й соціальним функціонуванням у педіатричній черепно-мозковій травмі (ЧМТ; або «traumatic brain injury» (TBI)), застосовуються методи опитування у формі анкетування, статистичні методи, аксіологічний метод й експериментальний метод (виконання завдання згідно з теорією розуму (Theory of Mind, або ToM<sup>1</sup>)). Дослідники Х. Генова, Е. Хейт, Й. Ю. Натшех, Дж. де Лука й Ж. Ленгенфельдер

<sup>1</sup> Theory of Mind, або ToM (теорія розуму) – «у психології теорія розуму стосується здатності розуміти інших людей, приписуючи їм психічні стани. Це включає знання про те, що психічні стани інших можуть відрізнятися від власних станів і включають переконання, бажання, наміри, емоції та думки (Theory of mind, 2022; Apperly, Butterfill, 2009); «здатність розуміти думки та переконання інших, навіть

стверджують, що, «незважаючи на те що для вивчення соціальної комунікації використовується кілька заходів, золотого стандарту інструменту оцінки не існує» (Genova, Haight, Natsheh, DeLuca, & Lengenfelder, 2019). Автори прагнули вивчити «здатність «Переліку розладів соціальної комунікації (Social Communication Disorders Checklist, або SCDC)», виявляти труднощі соціальної комунікації при ЧМТ у дітей <...>, досліджувати взаємозв'язок між соціальною комунікацією та соціальним функціонуванням за оцінкою батьківської оцінки поведінки та об'єктивними показниками соціального пізнання» (Genova, Haight, Natsheh, DeLuca, & Lengenfelder, 2019). Завдяки здійсненому дослідженню автори дійшли висновку про те, що «діти з нижчими оцінками батьків здібностей до соціальної комунікації <...> мали нижчі показники за об'єктивним показником соціального пізнання» (Genova, Haight, Natsheh, DeLuca, & Lengenfelder, 2019).

Ефективність навчання партнерів із соціального спілкування для дорослих із важкою хронічною ЧМТ та їхніх сімей із використанням вимірювання сприйнятої комунікативної здатності аналізується завдяки опитувальнику спілкування Ла Троба (LCQ) і за допомогою програми під назвою ТВІ Express, або «Тренінг із соціальної комунікації для людей із ЧМТ та їхніх партнерів по спілкуванню» (Togher, McDonald, Tate, Rietdijk, Power, 2016). Тренінг можна вважати методом коригування соціальної комунікації для людей із черепно-мозковою травмою, а також членів їхніх сімей, друзів й опікунів. Оскільки поведінка людей із ЧМТ змінюється після травми, дослідники фіксують такі ознаки: або підвищена говірливість, або відчуття браку слів, недотримання теми розмови, довгий у часі пошук (підбирання) потрібних слів і тем. Тренінг складається з десяти модулів. Кожний модуль реалізується впродовж 150 хвилин під час групового й 45 хвилин індивідуального заняття. Кращі результати застосування ТВІ Express фіксуються, коли до складу групи входять як люди після ЧМТ, так і члени їхніх родин, опікуни. Можливий варіант застосування ТВІ Express, коли група складається лише з людей, які мають наслідки ЧМТ, але в такому випадку результати гірші.

Для вивчення особливостей навчання навичок соціальних(-ої) комунікацій(-ії) після черепно-мозкової травми (ЧМТ) застосовувалися такі методи й методики: «профіль функціональних порушень у спілкуванні (PFIC), Адаптований опитувальник навичок соціального спілкування (SCSQ-A), Шкала досягнення мети (GAS), Техніка оцінки недоліків Крейга та звітності – Коротка форма соціальної інтеграції та підшкали професії, Соціальний інтеграційний опитувальник, підшкали соціальної інтеграції та продуктивності, а також шкала задоволеності життям (SWLS)» (Dahlberg, Cusick, Hawley, Newman, Morey, Harrison-Felix, et al., 2007). Вибірку дослідження склали добровольці – 52 людини з ЧМТ, у житті яких після травми минув принаймні один рік. Досліджувані пройшли реабілітацію й виявили дефіцит соціальної комунікації. Для покращення навичок соціальної комунікації досліджувані пройшли дванадцять щотижневих групових сесій по 1,5 години кожна. Завдяки контрольованому дослідженню рандомізованого лікування й відкладеного лікування з подальшим спостереженням через 3,6 та 9 місяців після лікування автори дійшли висновків про те, що «суб'єкти ЧМТ, які пройшли навчання навичкам соціальної комунікації, покращили навички спілкування, які збереглися під час подальшого спостереження. Загальна задоволеність життям учасників була покращена» (Dahlberg, Cusick, Hawley, Newman, Morey, Harrison-Felix, et al., 2007). Для пошуку й ідентифікації методологічних принципів досліджень процесів соціальних комунікацій у нашому аналізі важливо дізнатися про зміст вищезгаданих методів, тому далі ми стисло деталізуємо їхню сутність.

---

якщо ці думки/переконання можуть бути неочевидними (наприклад, використання сарказму)» (Genova, Haight, Natsheh, DeLuca, & Lengenfelder, 2019).

До методу опитування у формі шкалювання ми відносимо «Профіль функціональних порушень у спілкуванні» (PFIC), який був розроблений «для оцінки порушень спілкування після черепно-мозкової травми» (TBI; Linscott, Knight, & Godfrey, 1996). Профіль складається з десяти зведених шкал, до числа яких відносять такі: шкала логічного змісту, шкала загальної участі, кількості, якості, внутрішнього відношення, зовнішнього зв'язку, ясності висловлювання, соціального стилю, теми й шкала естетики. «Кожна зведена шкала оцінюється за шестибальною шкалою від нуля (нормальний) до п'яти (дуже серйозні порушення)» (Bushnik, 2011; Linscott, Knight, & Godfrey, 1996). При цьому «зведені шкали не підсумовуються. Крім того, є 84 специфічні елементи поведінки, які використовуються для спрямування клінічної допомоги та втручання» (Linscott, Knight, & Godfrey, 1996). Вищезгадані пункти оцінюють «частоту порушень спілкування від «зовсім» до «майже завжди/завжди»» (Linscott, Knight, & Godfrey, 1996). Завдяки «Профілю функціональних порушень у спілкуванні (PFIC)» були здійснені й інші дослідження (Bushnik, 2011). Незважаючи на складність й обсяг відповідей реципієнтів, «Профіль функціональних порушень у спілкуванні» (PFIC) є, на наш погляд, досить дієвим й об'єктивним для ідентифікації проблеми в процесі здійснення соціальної комунікації.

У метода опитування є дослідницький інструмент «Адаптований опитувальник навичок соціального спілкування» (SCSQ-A), який активно застосовувався під час пошуку ефективних засобів групового навчання навичкам соціальної комунікації після черепно-мозкових травм (Braden, et al., 2010). Суть опитувальника полягає в «суб'єктивному оцінюванні, яке дозволяє учасникам оцінити себе за різними навичками соціальної комунікації» (McGann, Werven, Douglas, 1997). Вищезгаданий інструмент був «адаптований для включення 5-бальної шкали для цілей дослідження (наприклад, «Я можу почати розмову»: 5 = завжди, 4 = часто, 3 = іноді, 2 = рідко або 1 = ніколи)» (McGann, Werven, Douglas, 1997). Якщо в досліджуваного буде оцінка «5 балів», це означатиме, що в нього є найкращі навички соціальної комунікації. В оригіналі опитувальник має 26 «заяв про навички, що згруповані в п'ять розділів» (McGann, Werven, Douglas, 1997). Опитувальник був додатково адаптований «шляхом додавання 11 додаткових запитань, щоб охопити всі теми, представлені на етапі лікування <...>. Додаткові запитання оцінювалися в тому самому форматі, що й вихідні питання та додані до підсумків для кожного розділу інструменту» (McGann, Werven, Douglas, 1997). Виявлення специфіки суб'єктивного автооцінювання пацієнта створює підґрунтя для налагодження ефективного процесу навчання навичок соціальної комунікації.

Різновидом методу опитування вважається «Шкала досягнення мети», або скорочено – GAS (Kiresuk, Sherman, 1968), яка спрямована на з'ясування різноманітних цілей між пацієнтом і терапевтом. «У цьому документі пропонується проводити оцінювання в рамках цілей <...>, установлюючи перед лікуванням вимірювану шкалу для кожної мети пацієнта-терапевта та вказуючи для кожного пацієнта перетворення його загального досягнення мети на стандартизований Т-бал» (Kiresuk, Sherman, 1968). Із позицій методології дослідження соціальних комунікацій метод «Шкали досягнення мети» (GAS) є досить прогресивним, оскільки дозволяє врівноважити різні цілі комунікатора й комуніканта. Вищезгадане врівноваження здатне перетворити процеси соціальної комунікації на ефективні й одновекторно спрямовані щодо членів комунікації.

Вимірювання рівня володіння навичками соціальних комунікацій здійснюється з урахуванням недієздатності респондентів. Із цією метою застосовується «Методика оцінки недоліків Крейга та звітності (наприклад, у вигляді «Короткої форми соціальної інтеграції та підшкали професії»). Вищезгадану методика як один із видів методології діагностування називають аббревіатурою CHART (Craig Handicap Assessment & Reporting Technique) (Craig Handicap Assessment & Reporting Technique, 2022). Методика, яку аналізуємо, має також назву «Техніка оцінки гандикапу Крейга та звітності» і подається у формі діаграми, що

призначена для «вимірювання рівня інвалідності в умовах громади» (Craig Handicap Assessment & Reporting Technique, 2022). Завдяки методиці Крейга дослідник має можливість отримати інформацію про те, наскільки досліджуваний, який має обмеження своєї фізичної чи психічної активності, володіє навичками соціальної комунікації, які суспільство потребує та очікує від людини без вищезгаданих обмежень. До діаграми вносяться показники, що відповідають таким шести параметрам: 1) фізична активність (вимірюється те, як досліджуваний може підтримувати власне незалежну життєдіяльність; 2) когнітивна незалежність, яка дає орієнтацію щодо того, чи може досліджуваний підтримувати звичайний рівень незалежності без сторонньої допомоги; 3) мобільність, що демонструє ступінь здатності досліджуваного бути в ефективній активності, наприклад, пересуватися в тому оточенні, яке є навколо нього; 4) рід занять, або те, що характеризує зайнятість досліджуваного відповідно до його віку, статі, етносу, культурної специфіки; 5) соціальна інтеграція (допомагає вимірювати здатність особистості до участі й підтримки звичайних соціальних відносин); 6) економічна самодостатність, що вимірює те, наскільки досліджуваний здатен підтримувати звичну соціально-економічну активність і при цьому залишатися незалежним (Craig Handicap Assessment & Reporting Technique, 2022). Є скорочена форма описуваної діагностичної методології у формі CHART-SF, у якій збережено всі шість описаних параметрів.

Методологія діагностики за методикою CHART і CHART-SF має суттєву особливість, яка полягає в тому, що останній параметр орієнтований лише на американський стиль активності й на економічні показники громадян США й тих, хто проживає в цій країні. Отже, застосування вищезгаданої методики для вимірювання поведінки людей з обмеженими можливостями, які проживають в інших країнах, не є можливим. З іншого боку, слід урахувати й те, що методика (дослідницька процедура) не є методом (концептуальним шляхом дослідження) і саме тому не може враховуватися нами в подальшому аналізі, хоча є ілюстрацією однієї з форм діагностичного методу.

Для з'ясування вірогідного впливу на реалізацію соціальних комунікацій із боку задоволеності життям фахівцями використовується шкала задоволеності життям (SWLS) (Diener, Emmons, Larsen, & Griffin, 1985; Diener, & Pavot, 1993; López-Ortega, Torres-Castro, & Rosas-Carrasco, 2016; Satisfaction with Life Scale, 2022). Із методологічної позиції шкалювання SWLS ми відносимо до методу опитування, який є коротким інструментом, що містить 5 пунктів, завдяки яким дослідник має можливість вимірювати глобальні когнітивні судження щодо задоволеності своїм життям (Satisfaction with Life Scale (SWLS), 2022). Суть шкалювання SWLS полягає в оцінках, які складаються з необроблених балів (від 5 до 35). Причому вищі бали відповідають вищій задоволеності життям. «Оцінювачі можуть бути розподілені за шістьма категоріями добробуту, і для кожної з них надається пояснювальний текст: 30–35 – «дуже задоволений»; 25–29 – «задоволений»; 20–24 «дещо задоволений»; 15–19 – «трохи незадоволений»; 10–14 – «незадоволений»; 5–9 – «вкрай незадоволений»» (Satisfaction with Life Scale (SWLS), 2022). Зауважимо, що час для виконання завдань шкалювання обмежується однією хвилиною, питання «відкриті для інтерпретації, що робить цю шкалу придатною для дорослих із різним досвідом» (Satisfaction with Life Scale (SWLS), 2022). Саме інтерпретаційний стиль фіксації реакцій досліджуваних створює додаткове навантаження для дослідника, якому необхідно додатково розробити систему критеріїв. Вважаємо таку форму методу опитування неточною, оскільки головним фактором аналізу отриманих результатів є проєктивний аспект, тобто застосовуються суб'єктивні інтерпретаційні оцінки дослідника, дослідницький досвід якого й проєктується на отримані дані. З іншого боку, позитивним для вивчення соціальних комунікацій у шкалюванні SWLS є те, що «він найбільш підходить для використання в неклінічних популяціях» (Satisfaction with Life Scale (SWLS), 2022). Саме неклінічні популяції дозволяють зібрати неупереджені

дані, на які не впливають такі фактори, як негативний психоемоційний стан перебування досліджуваного в лікарні; депресивний стан, що з'являється в досліджуваного в результаті багатогодинних розмов про хвороби з напарниками по палаті; сум за домівкою й рідними; відсутність затишної домашньої атмосфери; відсутність звичних речей і ритму життя. Вважаємо метод опитування у формі шкалювання щодо визначення ступеня задоволеності життям (SWLS) одним із більш придатних для вивчення соціальних комунікацій у різних галузях життєдіяльності людини.

Застосування методологічних і методичних підходів nRCT (нерандомізоване контрольне дослідження), RCT (рандомізоване контрольне дослідження), SCD (дизайн одного випадку), SCED (дизайн експерименту одного випадку) демонструють широкий діапазон результатів до вивчення корисності поведінкової інтервенції для дорослих із труднощами соціальної комунікації після черепно-мозкової травми (ЧМТ) (Finch, Copley, Cornwell, Kelly, 2016).

Вивчення соціальних комунікацій у медичній галузі здійснюється завдяки методу nRCT, або методу нерандомізованого контрольного дослідження (non-RAN-duh-mized KLIH-nih-kul TRY-ul), що тлумачиться як «клінічне випробування, у якому учасників не розподіляють випадково до різних груп лікування <...>. Учасники можуть вибрати, до якої групи вони хочуть бути, або вони можуть бути розподілені дослідниками» (Nonrandomized clinical trial, 2022). Якщо дослідження соціальних комунікацій здійснюється не в галузі медицини, а в галузі суспільних наук, наприклад, у журналістиці, нерандомізоване контрольне дослідження має місце як шлях ефективного збирання інформації про науковий предмет зацікавлення. Так само в суспільних науках, зокрема в соціальних комунікаціях, може бути ефективним метод RCT (рандомізованого контрольного дослідження, РКД), суть якого полягає в ретельному відборі популяції й методики втручання (Hariton, & Locascio, 2018). Після відбору слід обчислити (за розрахунком потужності) достовірність здійсненої вибірки, що дозволить за методом випадкових чисел розподілити учасників дослідження на групи втручання (група досліджуваних) і порівняння (контрольна група) (Sibbald, & Roland, 1998; Bellad, Tara, Ganachari, Mallapur,... & Derman, 2012). Важливим для рандомізованого дослідження є переконання в тому, що під час розподілу по групах досліднику було невідомо, до якої саме групи було віднесено учасника дослідження. Іншими словами, процедура рандомізації відбувається приховано, що може забезпечити комп'ютерна програма чи, наприклад, вибір, який зробить «людина з вулиці» (людина, яка незнайома з умовами дослідження). Наприклад, у медицині «РКД часто є сліпими, щоб учасники, лікарі, медсестри чи дослідники не знали, яке лікування отримує кожен учасник, що ще більше мінімізує упередження» (Hariton, & Locascio, 2018). Застосування методу рандомізації в медицині передбачає наявність «попередньо визначених первинних результатів», що «зарєєстровані в базі даних клінічних випробувань і мають відповідні етичні схвалення» (Hariton, & Locascio, 2018). Дослідники, які застосовували метод рандомізації, зважають на високу вартість и багато часу, які витрачаються на дослідницькі процедури. Крім того, є суттєвий недолік методу рандомізації в тому, що перед дослідником постають «проблеми з узагальненням (учасники, які добровільно беруть участь, можуть не бути репрезентативними для популяції, яку досліджують) й утратою подальшого спостереження» (Hariton, & Locascio, 2018). Як свідчить опис, метод рандомізації не є простим, але водночас він досить верифікований, тобто такий, результати якого будуть мати високий ступінь достовірності й вірогідності для подальшої практичної перевірки результатів на інших вибірках. Вважаємо дослідницький потенціал методу рандомізації для вивчення процесів соціальних комунікацій доречним.



У дослідницькій практиці під час вивчення соціальних комунікацій може бути ефективним метод SCD (дизайн одного випадку) і метод SCED (дизайн експерименту одного випадку).

*Метод дизайну окремого випадку*, або метод проєктування окремого випадку (SCD), застосовується з метою детальної перевірки «успіху втручання чи лікування на конкретному випадку (тобто особи, школи, громади), надання доказів про загальну ефективність втручання з використанням відносно невеликого розміру вибірки» (Design Options for Home Visiting Evaluation, 2022). Особливістю методу дизайну окремого випадку є те, що фахівці застосовують візуальний аналіз даних, щоб порівняти цільову поведінку учасників дослідження перед здійсненням втручання й після нього. Коли експериментатор зафіксує зміни після втручання в цільову поведінку досліджуваного, порівняння дасть можливість стверджувати ступінь змін і формулювати висновки про те, що за змінену поведінку відповідає втручання. «Для того, щоб установити причинно-наслідкові зв'язки як докази того, що втручання було фактично відповідальним за поведінку зміни, потім роблять спробу відтворити ефект» (Design Options for Home Visiting Evaluation, 2022). Близьким варіантом до методу SCD називають метод SCED, або експериментальні плани для одного випадку. Останній метод є набором експериментальних методів, які використовують із метою «перевірки ефективності втручання з використанням невеликої кількості пацієнтів (зазвичай від одного до трьох) і включають повторні вимірювання, послідовні ( $\pm$  рандомізовані) запровадження втручання, конкретний аналіз даних і статистику» (Krasny-Pacini, & Evans, 2018). Оскільки SCED не є описами, а більше детально розробленими заздалегідь дослідженнями, що фіксують стан до втручання в поведінку досліджуваних, ми можемо передбачати, що метод SCED може ефективно застосовуватися під час корекції навичок соціальної комунікації. Маємо звернути увагу й на те, що під час вивчення прикладних соціально-комунікаційних технологій (далі скорочено – ПСКТ; наприклад, зв'язки із громадськістю, рекламна справа, HR-діяльність й інші соціальні практики) вимірювання стану поведінки досліджуваних до застосування й після втручання у формі ПСКТ дозволить чітко фіксувати зміни в поведінці не лише на рівні узагальнених середньостатистичних показників, а й в індивідуальному вимірі.

## *2. Методи, що допомогли дослідити процеси соціальних комунікацій із боку соціальної поведінки людей*

Традиційно дослідниками соціальних комунікацій застосовуються метод опитування й метод аналізу документів (Low-Beer, & Stoneburner, 2004). Такими документами можуть бути демографічні й поведінкові дані, наприклад, щодо ВІЛ, «зібрані серед чоловіків і жінок в Уганді та шести інших країнах на півдні від Сахари за допомогою опитувань щодо демографії та здоров'я (DHS)<sup>2</sup> і знань, ставлення й поведінки (КАРБ)<sup>3</sup> опитування» (Low-Beer, & Stoneburner, 2004).

Методологія опитування DHS має два типи, а саме: стандартні опитування й проміжні. «Стандартні опитування DHS мають великі розміри вибірки (зазвичай від 5 000 до 30 000 домогосподарств) і зазвичай проводяться приблизно кожні 5 років, щоб можна було порівнювати з часом» (Demographic and Health Survey (DHS), 2022, October 26). На відміну

<sup>2</sup> Демографічні та медичні дослідження (Demographic and Health Surveys (DHS) – це «національно-репрезентативні опитування домогосподарств, які надають дані для широкого діапазону показників моніторингу та оцінки впливу в сферах населення, здоров'я та харчування» (Demographic and Health Survey (DHS), 2022, October 26).

<sup>3</sup> Опитування знань, ставлення, практик і поведінки (Knowledge, Attitude, Practices & Behavior (KAPB) Survey) (Report on Knowledge, Attitude, Practices & Behavior (KAPB) Survey, 2022, October 26).

від стандартних опитувань проміжні опитування DHS більше «зосереджені на зборі інформації про ключові показники моніторингу ефективності, але можуть не включати дані для всіх заходів оцінки впливу (зокрема, ідеться про рівень смертності). Ці опитування проводяться між раундами опитувань DHS і мають коротші анкети, ніж опитування DHS. Незважаючи на національну репрезентативність, ці опитування зазвичай мають менші вибірки, ніж опитування DHS» (Demographic and Health Survey (DHS), 2022, October 26). Методологія опитування знань, ставлення та поведінки (КАРВ) передбачала такі дослідницькі процедури: опитування «було описовим та перехресним із використанням значної кількості кількісних показників <...>. Якісні дані були зібрані шляхом глибинних інтерв'ю з біженцями, що мешкали в офіційно призначених таборах...» (Report on Knowledge, Attitude, Practices & Behavior (КАРВ) Survey, 2022, October 26). Ми не можемо повністю прийняти як методологічний інструмент вищезгадані опитувальники, але маємо врахувати їх як засіб збирання інформації про специфіку соціальних комунікацій. Надалі такі опитувальники пропонуємо вважати допоміжними. Урахуємо також, що в закордонних дослідженнях під методами автори часто мають на увазі методика, тобто конкретні дослідницькі процедури. У джерелах, які раніше проаналізовано, методом можемо вважати опитування, а його різновиди – методиками.

Оскільки є декілька десятків визначень соціальних комунікацій (Холод, 2022), логічним буде передбачення про те, що кожна галузь, яка своєрідно тлумачить соціальні комунікації, пропонує власні методи дослідження. Наприклад, дослідники Американської асоціації мовлення-мови-слуху (ASHA) (Social Communication, 2022) називають такі методи: анкетування (Cripps, Cooper, Evitts, & Blackburn, 2016), автоматизоване тестування слуху (DuoTone) (Hazan, Luberadzka, Rivilla, Snik, Albers, Méndez, Wack, Paytuyvi, Zarowski, Offeciers, & Kinsbergen, 2022), рейтингова шкала, яка «вимірює успішність транзакцій за допомогою текстових повідомлень і повідомляє про успішність транзакцій вибірки <...> осіб із хронічною афазією» (Lee, & Cherney, 2022), «закриті тести на розпізнавання слів, розроблені здебільшого на сприйняття голосних або приголосних, <...> у таких тестах порівнювалися отримані результати з результатами розпізнавання речень» (Buss, Felder, Miller, Leibold, & Calandrucio, 2022); t-тести й аналіз коваріації (Miller, & Lewis, 2022), кластеризація нерівностей завдяки методу порівняння (Pap, 2022). Аналіз методів, які використовують дослідники ASHA, свідчить про те, що до методологічного арсеналу відносять як статистичні методи, так і психологічні, психіатричні, психолінгвістичні, лінгвістичні (фонологічні й фоносемантичні, лексичні й синтаксичні). Не можемо назвати такі методи суто соціальнокомунікаційними, але, на наш погляд, їх варто враховувати як допоміжні, або суміжні, або супутні.

«Тренінг із соціальної комунікації для людей із ЧМТ та їхніх партнерів по спілкуванню» (TBI Express) спрямований на з'ясування (діагностику) того, як ЧМТ впливає на спілкування. Результатом застосування тренінгу є покращення активної ролі в розмові, установлення партнерства в процесі спілкування, розвиток навичок підтримки розмови й ефективних навичок мовлення та слухання, прищеплення вміння ставити позитивні запитання й формулювати свої думки адекватно до мети спілкування. Розвиток і поновлення зазначених навичок і вмінь здійснюється фахівцями за наявності вхідних даних про патологію мовлення пацієнта (Togher, McDonald, Tate, Rietdijk, Power, 2016). Є очевидним, що тренінг TBI Express не є методом дослідження, хоча він може виконувати роль методологічного підходу до коригування й поновлення навичок соціальних комунікацій.

Соціальні комунікації вимірюються також і завдяки методу опитування у формі анкетування. Детальною ілюстрацією вищезгаданого методу є «Анкета інтеграції спільноти – переглянута» (The Community Integration Questionnaire – Revised, або CIQ-R) (Callaway,

Winkler, Tippet, Migliorini, Herd, & Willer, 2014; Dijkers, 2000). Анкета має 15 запитань із 29-бальною максимальною оцінкою, де 29 є показником вищої здатності інтегрування в суспільстві. Усі питання умовно розподілені на три групи, а саме: перша група – запитання, спрямовані на виявлення особливостей діяльності досліджуваного, що пов'язані з домашньою активністю; друга група містить запитання, відповіді на які дають орієнтацію досліднику в тому, як характеризується досліджуваний у своїй діяльності, що пов'язана із соціалізацією досліджуваного; третя група запитань дозволяє виявити ступінь активності й здатності виявляти таку активність досліджуваного в освітній чи фаховій діяльності, а також у будь-якій іншій, що виконується за межами його домівки. В анкетуванні CIQ-R як формі діагностичного методу також є, на наш погляд, певні недоліки, оскільки в ньому є такі запитання, відповіді на які досліджуваним нелегко зафіксувати. Причина криється в тому, що досліджуваний може вагатися щодо того, яка відповідь краще підходить і до якої саме діяльності: суспільної, що не пов'язана з виконанням фахових ролей, чи фахової, яка також є видом суспільної діяльності. Недоліком, на наш погляд, такої методики є те, що за інструкцією для досліджуваного передбачено певну підказку-орієнтацію, або підказку-заохочення до певної відповіді. Зрозуміло, що таке втручання у відповіді анкетованих реципієнтів не буде вважатися їх оригінальною відповіддю, як і ступінь «чистоти» отриманих результатів у такому опитуванні-анкетуванні буде підлягати сумніву.

### *3. Методи інформаційних технологій в ІТ-галузі, у яких аналізуються процеси соціальних комунікацій*

Вивчаючи сучасні процеси соціальної комунікації, дослідники соціальної інформатики (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012) пропонують власний методологічний шлях. Як вважають автори, у дослідженні «пропонуються нові кількісні методи для вимірювання впливу соціальних комунікацій на індивідуальні робочі ритми шляхом аналізу записів про спілкування та введення коду в десятках проєктів програмного забезпечення з відкритим вихідним кодом (OSS)» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012). Суть нового методу полягає в застосуванні «комплексного мережевого аналізу та аналізу часових рядів» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012). За визначенням авторів, робочим ритмом є «середній час, витрачений на виконання завдання» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012). Дослідженню кореляції «між робочим ритмом і частотою спілкування» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012). Описаний метод дозволив установити, що «розробники з вищим соціальним статусом, представлені вузлами з більшою кількістю вихідних або вхідних посилань, завжди мають швидший робочий ритм і, таким чином, роблять більший внесок у проєкти за одиницю часу» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012). Новизна описаного методу полягає також і в тому, що він дозволяє вивчати «залежність між роботою (зобов'язанням) і розмовою (спілкування) як видами діяльності» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012) у порядку ефекту їхнього чергування. Для оцінки вищезгаданої залежності новий метод соціальної інформатики дозволяє «запроваджувати часові ряди кількох видів діяльності й кількісні показники на основі затримок активності. Порівняння змодельованих часових рядів із реальними припускає, що коли робота й розмова знаходяться поруч, вони можуть прискорювати одна одну в системах OSS<sup>4</sup>» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012). Завдяки застосованому новому методу авторам удалося встановити факт того, що «часте спілкування до і після виконання дій має важливе значення для ефективної

<sup>4</sup> Operations support system (OSS), або система експлуатаційної підтримки «прикладного програмного забезпечення, що використовується операторами зв'язку для автоматизації процесів керування мережею та мережевим обладнанням» (Operations support system, 2022).

розробки програмного забезпечення в розподілених системах» (Xuan, Gharehyazie, Devanbu, Filkov, 2012).

*4. Методи, що застосовуються під час вивчення способів прийняття рішень, коли здійснюється дослідження процесів соціальних комунікацій*

Процеси соціальних комунікацій фіксуються в повсякденному житті кожної людини, наприклад, коли людина здійснює вибір певної моделі автомобіля. У такому випадку фахівці теорії прийняття рішень звертаються до методу прийняття рішення завдяки моделі TOPSIS<sup>5</sup> (метод TOPSIS). Вищезгаданий метод запропонували С. Хван і К. Юн (Hwang, & Yoon, 1981) та С. Хван, Ю. Лаї й Т. Ліу (Hwang, Lai, & Liu, 1983) для вирішення багатокритеріального прийняття рішень (MCDM). «Процедура TOPSIS базується на інтуїтивно зрозумілій і простій ідеї, яка полягає в тому, що оптимальне ідеальне рішення, яке має максимальну користь, виходить шляхом вибору найкращої альтернативи, яка далеко не найбільш непридатна альтернатива, яка має мінімальні переваги» (Yonghong, 2002). Найкраще рішення може досягати показника «1» (один). Найгірше рішення означається показником «0» (нуль). Під час здійснення вибору людина розуміє, що ідеального автомобіля не існує. Чим ближче ранг рішення буде до показника «1», тим удалішим буде вибір покупця. «Незалежно від абсолюту точність рейтингу, порівняння кількості різних автомобілів за одним набором критеріїв відбору дозволяє точно зважити відносну придатність автомобіля й, отже, здійснити оптимальний вибір автомобіля» (Yonghong, 2002). Отже, покупець, спираючись на метод TOPSIS, може «вибудувати» оптимальний варіант моделі своєї поведінки щодо продавця й вірогідних конкурентів на ринку продажу автомобілів. Іншими словами, соціальні комунікації передбачають моделювання поведінки людей навіть під час здійснення вибору певного товару.

Вищезгаданий й описаний нами перелік методів не зміцнює методологію наукової галузі «Соціальні комунікації», а лише розпорошує її. Іноді можна помітити ознаки нехтування процесом формування оригінальної методологічної бази вищезгаданої наукової галузі. Саме в такому стані ми констатуємо наявність проблеми – відсутність сталих і чітко визначених методологічних принципів досліджень процесів соціальних комунікацій.

### **Методи й методика дослідження**

Для виокремлення методологічних принципів досліджень процесів соціальних комунікацій ми звернулися до трьох груп методів, а саме: загальних методів, загальнонаукових і галузевих (спеціальних) методів.

Серед загальних методів дослідження ми обрали холізм як «методологічний принцип і світоглядну концепцію, що стверджують цілісність і неподільність матеріального і духовного світу (Холізм, 2002), або холістичну концепцію, яка передбачає дотримання смислу тези щодо єдності всього у Всесвіті, «розглядає цілісність світу як наслідок творчої еволюції, що спрямовується нематеріальним і непізнаваним «фактором цілісності»» (Холізм, 2022). Спираючись на базові ідеї Я. Сме(у)тса (Smuts, 1926) про холізм й уявлення про квантову механіку Н. Бора (Bohr, 1928), Д. Бома (1961), Дж. Белла (Bell, 1966; Bell, 2004), Р. Пенроуза (Penrose, 2014), В. Фока (Fock, 2019), ми тлумачимо Єдність як те, що не можна розчленовувати навіть для наукового аналізу. Єдність не має складників, оскільки спроба

<sup>5</sup> Модель TOPSIS – це проста й корисна техніка для ранжування ряду можливих альтернатив відповідно до наближення до ідеального рішення (Srikrishna, Sreenivasulu Reddy, Vani, 2014).

ідентифікувати їх зводить нанівець розуміння внутрішнього потенціалу єдності духовної й фізичної енергії. Якщо теоретичний аналіз застосовується до розуміння Єдності й дослідник чинить спробу ідентифікації складників, поняття й розуміння Єдності перестає функціонувати й перетворюється на штучне неприродне явище, представляючи «на виході» викривлене уявлення про себе. Ціле має ймовірнісний характер, що означає неможливість об'єктивного вимірювання його фізичних функцій, складників і суті, оскільки остання постійно еволюціонує й перебуває в стані руху, трансформацій й змін. Відштовхуючись від холистичного бачення методологічних принципів соціальних комунікацій, ми стверджуємо, що:

- 1) фізичні закони матеріалізму не можуть бути інструментами пізнання й опису суті Єдності, або Холосу (грец. ὅλος, чи holos);
- 2) в основі розуміння Холосу лежить уявлення про єдність, що має ознаки нерозривності й неподільності як на теоретичному, так і на практичному рівнях;
- 3) соціальні комунікації є процесами матеріалістичними, що спираються на нез'ясований вплив із боку внутрішньої енергії індивідів, соціальних груп, соціальних інститутів і суспільства в цілому;
- 4) спостереження за внутрішніми й зовнішніми трансформаціями соціальних комунікацій завжди необ'єктивні, оскільки не враховують невід'ємного впливу з боку спостерігача;
- 5) щомиті соціальні комунікації змінюються й не можуть бути вимірювані, оскільки в один і той же час вони різні;
- 6) якщо змінюється один аспект бачення соціальних комунікацій, усі інші аспекти відбивають такі зміни без відчутного поштовху чи впливу з будь-якого боку;
- 7) соціальні комунікації функціонують за принципом «тут-і-зараз», що означає, що соціальні комунікації не мають ні часового, ні просторового виміру; усі спроби тлумачити соціальні комунікації завдяки категоріям «час» і «простір» отримують матеріалістичний вектор, який викривлює їхню холистичну суть.

Для нашого дослідження адекватними слід вважати такі *загальнонаукові методи*:

- 1) *аналіз*, який дозволив нам виокремити із методологічних описів, що автори подавали в монографічних дослідженнях, дисертаціях, авторефератах дисертацій і наукових статтях, конкретні методи й методологічні підходи, концепції, що дали можливість здійснити дослідження;
- 2) *синтез*, завдяки якому ми з'єднали виокремлені за допомогою аналізу методологічні описи вищезгаданих наукових праць у єдине уявлення про методологічну парадигму вивчення соціальних комунікацій;
- 3) *абстрагування*, що допомогло нам під час здійснення аналізу й синтезу відволіктися від низки властивостей і відносин проаналізованих методологічних парадигм і зосередитися на тих властивостях і відносинах, які дозволили нам ідентифікувати методологічні принципи досліджень процесів соціальних комунікацій;
- 4) завдяки *методу узагальнення* ми встановили загальні властивості й ознаки методологічних принципів вивчення соціальних комунікацій;
- 5) *метод індукції* нам знадобився для виведення загальних положень методологічних принципів зі спостереження за низкою застосування конкретних методів у конкретних дослідженнях;
- 6) метод індукції об'єктивно зумовив застосування *методу дедукції*, який стимулював виведення від загальних засновків про подібні характеристики проаналізованих методів висновку часткового характеру щодо властивостей кожного методологічного принципу;
- 7) *аналогія* була засобом формулювання висновку про подібність методів дослідження соціальних комунікацій на підставі подібності одних ознак, дозволяючи нам переносити такі

ознаки на загальне уявлення про методологічні принципи дослідження соціальних комунікацій;

8) ми застосовували *метод класифікації* як розподіл методів у групи залежно від їхніх ознак і фіксування закономірних зв'язків між групами методів у системі галузі знань «Соціальні комунікації».

Арсенал галузевих (спеціальних) методів не є широким і достатнім для адекватних ідентифікації й опису методологічних принципів дослідження соціальних комунікацій. Саме тому ми не зверталися до вузькоспецифічних методів шкалювання (наприклад, шкала семантичного диференціалу Ч. Осгуда, або метод Demographic and Health Surveys (DHS) – демографічні й медичні дослідження, або метод квантового хроносу тощо).

*Методикою* подальшого вивчення проблеми, яку аналізуємо, ми обрали такі дослідницькі процедури:

- 1) аналіз доступних нам джерел застосування адекватних методів для вивчення соціальних комунікацій;
- 2) виокремлення певних близьких характеристик методів, що виписано нами в таблицю;
- 3) на базі ідентифікації подібних ознак об'єднання методів у групи;
- 4) формулювання методологічних принципів досліджень соціальних комунікацій.

### Результати й обговорення

Після ознайомлення зі змістом методів й аналізу їхніх специфічних особливостей ми записали ідентифіковані дані в таблиці й створили діаграму, які розмістили на платформах міжнародних репозитаріїв Figshar, Mendeley та SSRN (Kholod, 2023-1; Kholod, O. (February 26, 2023).

В одній із таблиць ми подали інформацію про згадування дослідницьких методів, підходів і прийомів, що були виявлені нами в описі результатів 50 окремих досліджень, здійснених авторами різних країн світу за період від 1968 року до 2022 року. Таких згадувань ми нарахували 465, або 100%. Серед 50 джерел були 25, або 50%, монографій українських авторів (у тому числі автореферати дисертацій на здобуття наукового ступеня доктор наук із соціальних комунікацій); 4 монографії українських докторів філологічних наук за спеціальністю 10.01.08 – журналістика (із 2007 року прирівнюються до спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики) наукової галузі 27 – соціальні комунікації; монографії українських докторів: історичних наук (1, або 2%) і політичних наук (1, або 2%). Також ми аналізували монографії українських кандидатів наук із соціальних комунікацій (1, або 2%) й історичних наук (1, або 2%). Проаналізовано 15, або 30%, джерел (наукових статей, електронних ресурсів сайтів) іноземних авторів, у назві публікацій яких є словосполучення «соціальні(-а) комунікації(-я)»; одне (2%) джерело (електронний ресурс сайту) іноземної наукової організації й один (2%) електронний ресурс, що описував Design Options for Home Visiting Evaluation (див. далі табл. А).

Таблиця А.  
Кількісний і якісний склад проаналізованих джерел

№ з/п	Тип і вид джерела	Кількість джерел (у прим.)	Кількість джерел (у %)
1.	<i>Монографії</i> українських авторів (у тому числі автореферати дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій)	25	50
2.	<i>Монографії</i> українських докторів філологічних наук за спеціальністю 10.01.08 – журналістика (від 2007 року прирівнюються до спеціальності 27.00.04 – теорія та історія журналістики) наукової галузі 27 – соціальні комунікації	4	8
3.	<i>Монографії</i> українських докторів: – історичних наук	1	2
	– політичних наук	1	2
4.	<i>Монографії</i> українських кандидатів наук: – соціальних комунікацій	1	2
	– історичних наук	1	2
5.	Джерела ( <i>наукові статті, електронні ресурси сайтів</i> ) іноземних авторів, у назві публікацій яких є словосполучення «соціальні(-а) комунікації(-я)»	15	30
6.	Джерела (електронні ресурси сайтів) іноземних: – наукової організації	1	2
	– електронного ресурсу	1	2
7.	РАЗОМ	50	100

Інформацію про методи (шляхи, прийоми, принципи, шкали, моделі, профілі, тренінги) було відібрано за трьома критеріями для ідентифікації методологічних принципів досліджень соціальних комунікацій.

1. Наявність/відсутність ознак, що характеризують теоретичний або практичний смисл дослідницьких процедур у межах обміну інформацією між елементами Цілого.

2. Наявність/відсутність ознак причетності дослідницького шляху до соціуму як Цілого (індивіду, сім'ї, соціальної групи, соціального класу, соціальної інституції, суспільства тощо).

3. Спрямованість на вивчення (вимірювання, тлумачення, інтепретацію) засобів (інструментів) регулювання (впливу) на соціальні стосунки й відносини, що впливають на стан Цілого.

Із 465, або 100%, зафіксованих методів (підходів і прийомів), що застосовувалися в проаналізованих нами працях 50 авторів, ми суб'єктивно визначили 55 як частотні, а 410 методів як нечастотні. Ступінь частотності визначилася нами таким чином: частотними ми вважали методи, які було ідентифіковано в діапазоні 2–32. Метод, що застосовував автор-дослідник один раз, вважали нечастотним.

За результатами аналізу частотних методів, що застосовували автори в дослідженнях, ми склали табл. Б (див. далі).

Таблиця Б.  
Класифікація (за холістичними критеріями)  
частотних методів, підходів і прийомів ( $\Sigma=55$ , або 100%),  
виявлених в описі результатів 50 окремих досліджень  
(за період від 1968 року до 2022 року).

	Критерії класифікації										
	1*				2**			3***			
	Теоретико-емпіричний (+/-)	Теор.	Практ.	Разом $\Sigma$	Наявн. (+)	Відсутність (-)	Разом $\Sigma$	Вимірювання	Тлумачення	Інтерпретація	Разом $\Sigma$
САЧ****	4,6%	≈49,9 %	≈45,5 %	99,1 (≈100%)	100 %	0%	100%	≈36,4 %	14,5 %	≈49,1 %	100%

#### Примітки:

- 1\* – Наявність/відсутність ознак, що характеризують теоретичний або практичний смисл дослідницьких процедур у межах обміну інформацією між елементами Цілого.
- 2\*\* – Наявність/відсутність ознак причетності дослідницького шляху до соціуму як Цілого (індивіду, сім'ї, соціальної групи, соціального класу, соціальної інституції, суспільства тощо).
- 3\*\*\*– Спрямованість на вивчення засобів регулювання соціальних стосунків і відносин, що впливають на стан Цілого.
- САЧ\*\*\*\* – середнє арифметичне число.

Застосування методики практичного й теоретичного дослідження дало нам можливість констатувати низку особливостей, до яких ми віднесли декілька.

1. За критерієм «Наявність/відсутність ознак, що характеризують теоретичний або практичний смисл дослідницьких процедур у межах обміну інформацією між елементами Цілого», ми зафіксували домінацію теоретичних (49,9%) методів над практичними (45,5%) і теоретико-практичними (4,6%). Таке співвідношення можемо пояснити із двох позицій. По-перше, як прагнення дослідників до узагальнення й абстрагування в аналізі процесів соціальних комунікацій. По-друге, складання показників частотності практичних (45,5%) і теоретико-практичних (4,6%) методів у сумі фіксує показник 50,1%, що перебільшує показник домінації теоретичних методів. При такій інтепретації фактів є підстава стверджувати, що практичні й теоретико-практичні методи домінують. Отже, дослідники майже в рівних долях (49,9% і 50,1%) застосовували методи відповідно теоретичні, з одного боку, і практичні й теоретико-практичні, з іншого боку. Є варіант складання показників частотності теоретичних (49,9%) і теоретико-практичних (4,5%) методів, що в сумі фіксує показник 54,4%. Інтерпретацією останнього показника може бути твердження про те, що



застосування дослідниками практичних методів домінує над теоретичними методами під час вивчення процесів соціальних комунікацій. Оскільки є три варіанти тлумачення співвідношення отриманих нами показників частотності застосування дослідниками різних методів аналізу процесів соціальних комунікацій, ми змушені констатувати факт можливості формулювання двох протилежних висновків, а саме: перший висновок стосується домінування показника застосування дослідниками теоретичних методів (50,1%), другий висновок, навпаки, свідчить про те, що дослідники тяжіють до застосування практичних методів (54,4%). Різниця переваги показників не велика, але перебільшує показник статистичної помилки в 2%–3%, що дає нам право стверджувати факт домінування практичних методів над теоретичними.

2. Аналіз показників за критерієм «Наявність/відсутність ознак причетності дослідницького шляху до соціуму як Цілого (індивіду, сім'ї, соціальної групи, соціального класу, соціальної інституції, суспільства тощо) (див. табл. Б) дозволив нам констатувати, що в усіх 55 (100%) частотних випадках зафіксовано причетність дослідницького шляху до соціуму як Цілого.

На перший загальний погляд, такий факт свідчить про те, що вивчення процесів соціальних комунікацій, які, наприклад, здійснюються між індивідами в сім'ї, або в соціальній групі, або в межах соціального класу, або соціального інституту, орієнтовані на врахування їх як частини Цілого. Не називаючи Ціле Цілим, дослідники висловлюють думки про вплив на одиницю вимірювання (наприклад, соціальну дію чи соціальну взаємодію) чинників, які характеризують Ціле (наприклад, дослідниця Т. Новальська (Новальська, 2005) під час вивчення характеристик читача в українському бібліотекознавстві враховує вплив на соціальну взаємодію між читачем і працівниками бібліотечної системи, економічні й політичні, соціальні й психологічні умови, що впливали (впливають) на вищезгадану соціальну взаємодію в період другої половини XIX – початку XXI століття. Цілим у цьому випадку є синергетичний фактор системності економічних, політичних, соціальних і психологічних факторів.

На другий (більш детальний) погляд, виявляється, що зв'язок між соціальним впливом, соціальною взаємодією й соціальними відносинами процесів соціальних комунікацій, які досліджуються, не декларуються авторами п'ятдесяти проаналізованих нами праць як ті фактори, що маркують їхню методологічну орієнтацію на Ціле. Іншими словами, ми зафіксували поодинокі дослідження, у яких автори декларують прямий зв'язок застосованих методів, підходів і прийомів із Цілим. Наприклад, Ф. Кротц у середині XX століття вже підкреслює, що «комунікація розумілася як форма соціальної дії» (Krotz, 2009). Така думка декларує, на наш погляд, посилення на Ціле, тобто соціальну дію, що є складником соціуму як Цілого. Загальновідомим є факт визнання психологами-матеріалістами, наприклад, С. Рубінштейном (2019), Л. Виготським (1983), М. Леонтьєвим (Приходько, Юрченко, 2020; Леонтьєв, 2020) факту залежності психологічної дії від психологічної діяльності. У працях вищезазначених дослідників під Цілим мається на увазі психічна діяльність як складник Природи. Очевидним є той факт, що різні філософські підходи до вивчення Природи (Цілого) не давали можливості матеріалістам посилатися на вже відомі на той час праці авторів, які відверто декларували взаємозв'язок Цілого (Природи, Космосу) із людиною. До таких авторів ми відносимо М. Федорова (Турчин, 2013), К. Ціолковського (Алексеева, 2007), В. Вернадського (1977; 1978), Л. Гумільова (1989), І. Єфремова (Смирнов, 2018), Е. Ільєнкова (Мареев, 1997), Г. Сковороду (Найдьонов, 2013), М. Холодного (1982), О. Бердника (Овсієнко, Рапп, 2006: 67–71), М. Гриценка (2017), Л. Дротянка (2023), В. Крутова (2014), О. Холода (2022).

3. Після аналізу даних за критерієм «Спрямованість на вивчення засобів регулювання соціальних стосунків і відносин, що впливають на стан Цілого» (див. табл. Б), нами було

встановлено, що 36,4% методів, якими послуговувалися дослідники в п'ятдесятьох вибраних нами джерелах, були орієнтовані на вимірювання, яке за одним із принципів (законів) квантової теорії впливає на стан Цілого. У 14,5% випадків дослідники фіксували методи, що спрямовані на тлумачення явищ, які досліджують. Домінантним виявився показник 49,1%, який експлікував частотність застосування дослідниками методів, що передбачали інтерпретацію процесу соціальних комунікацій, який досліджували. Зазначимо, що всі три вищезгадані способи аналізу (вимірювання, тлумачення й інтерпретація) у залучених дослідниками методах впливають на стан Цілого. Такий вплив спричиняє зміну й Цілого (Природи, Космосу, Енергетичного Центру Всесвіту). Ознаки вищезгаданої зміни частіше непомітні для дослідника, але логіка дії квантових принципів підказує, що згодом такі зміни Цілого викликають «ефект метелика», що раніше був описаний математиком Е. Лоренцом (Lorenz, 1963). Сутність вищезгаданого ефекту зводиться до такої умовності: «якщо є хоча б невелика похибка у визначенні початкового стану системи (це неминує для будь-якої природної системи), прогноз її стану в майбутньому неможливий» (Ефект метелика (математика), 2023). Іншими словами, «невелика флуктуація початкових умов спричиняє непередбачувані наслідки<sup>6</sup>, а в нашому випадку є три фактори, що впливають на стан Цілого.

*Перший* фактор експікується в тому, що дослідники можуть обрати для свого дослідження соціальних комунікацій невалідні методи, тобто ті, що не відповідають поставленим завданням. *Другий* фактор впливу на Ціле можна зафіксувати, знаючи, що будь-яке вимірювання, тлумачення або інтепретація змінюють Ціле, як передбачено принципом квантової механіки: як інструмент вимірювання, так і Спостерігач можуть мати двоїстий вплив на результат вимірювання, оскільки об'єкт спостереження має інші властивості, коли за ним не спостерігають, або коли його властивості не вимірюють, або коли його характеристики не інтерпретують. У випадку наявності хоча б однієї із трьох вищезазначених форм впливу (вимірювання, тлумачення чи інтерпретація) відбиття властивостей і характеристик Цілого буде викривленим. *Третім* фактором є варіативне (спонтанне, ситуативне) співвідношення між показниками вимірювання, тлумачення й інтерпретації, яке також викривлює реальний стан Цілого. Отже, навіть сам факт вибору дослідником певного методу (методології) дослідження процесів соціальних комунікацій спричиняє зміни стану Цілого.

## Висновки

На початку дослідження нами була запропонована основна гіпотеза про те, що перелік й аналіз специфіки методів вивчення процесів соціальних(-ої) комунікацій(-ії) дасть можливість ідентифікувати спільні й розбіжні ознаки методів дослідження процесів соціальних(-ої) комунікації(-ії). Запропонована гіпотеза була доведена повністю, що дало можливість відкинути робочу гіпотезу й контргіпотезу.

Було встановлено, що ідентифікація спільних і розбіжних ознак методів дослідження процесів соціальних(-ої) комунікації(-ії) дозволяє здійснити класифікацію (за трьома холістичними критеріями) частотних методів, підходів і прийомів, виявлених в описі результатів 50 окремих досліджень (за період від 1968 року до 2022 року). Вищезгадана класифікація спирається на методологічні принципи досліджень соціальних комунікацій, до яких ми, як апологети холізму, відносимо такі:

- 1) світ (Ціле, Природа, Всесвіт) є інформація;
- 2) інформація є Ціле;

<sup>6</sup> Коли метелик махає крилами в одній частині світу, врешті-решт він може викликати ураган в іншій (англ. When a butterfly flutters its wings in one part of the world, it can eventually cause a hurricane in another) (Ефект метелика (математика), 2023).

- 3) під час вивчення Цілого об'єктом дослідження є обмін інформацією як холістичний процес, у якому все є всім: кожний компонент такого процесу є відбиттям Цілого;
- 4) інформація квантована (складена з порцій енергії, яку можна виміряти лише вірогідно);
- 5) обмін інформацією спрямовано на регулювання відносин між індивідами, соціальними групами, соціальними класами, соціальними інститутами й суспільствами, які є частиною Цілого.

### Заява

#### Фінансування

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією та здійснювалося за рахунок автора.

#### Конфлікт інтересів

Жодного.

#### Етика

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики редакторсько-видавничого відділу громадської організації «Науково-освітній центр «УСПШНИЙ».

#### Авторське право

Стаття відкритого доступу, що розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution. Це ліцензія, яка дозволяє необмежене використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

### Література

- Apperly, I.A., Butterfill, S.A. (2009). Do humans have two systems to track beliefs and belief-like states? *Psychological Review*, 116 (4), 953–970. <https://doi.org/10.1037/a0016923>. PMID 19839692
- Bell, J.S. (1966). On the problem of hidden variables in quantum theory. *Rev. Mod. Phys.*, 38, 450.
- Bell, J.S. (2004). *Speakable and Unspeakable in Quantum Mechanics*, 2nd ed.; Cambridge University Press: Cambridge, UK.
- Bellad, M. B., Tara, D., Ganachari, M. S., Mallapur, M. D., Goudar, S. S., Kodkany, B. S., ... & Derman, R. (2012). Prevention of postpartum haemorrhage with sublingual misoprostol or oxytocin: a double-blind randomised controlled trial. *BJOG: An International Journal of Obstetrics & Gynaecology*, 119(8), 975–986.
- Bohr, N. (1928). The quantum postulate and the new development of atomics. *Nature*, 121, 580.
- Braden, C., et al. (2010). Social Communication Skills Group Treatment: a Feasibility Study for Persons With Traumatic Brain Injury and Comorbid Conditions. *Brain Injury*, 24 (11), 1298–1310.
- Bushnik, T. (2011). Profile of Functional Impairment in Communication. In: Kreutzer, J.S., DeLuca, J., Caplan, B. (eds). *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*. Springer, New York, NY. [https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3\\_1958](https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3_1958)
- Buss, E., Felder, J., Miller, M.K., Leibold, L.J. & Calandruccio, L. (2022). Can Closed-Set Word Recognition Differentially Assess Vowel and Consonant Perception for School-Age Children With and Without Hearing Loss? *Journal of Speech, Language, and Hearing Research*, 65 (10), 3934–3950. [https://doi.org/10.1044/2022\\_JSLHR-20-00749](https://doi.org/10.1044/2022_JSLHR-20-00749)
- Callaway, L., Winkler, D., Tippett, A., Migliorini, C., Herd, N. & Willer, B. (2014). *The Community Integration Questionnaire-Revised (CIQ-R)*. Melbourne, Australia: Summer Foundation Ltd., 97.

- Cluster analysis (2022, October 19). In Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Cluster\\_analysis](https://en.wikipedia.org/wiki/Cluster_analysis)
- Communication and social action (1947). Yeager, W. H., and W. E. Utterback, ed.
- Communications Medicine (2022, October 29). Nature.com. <https://www.nature.com/articles/s43856-022-00180-x>
- Craig Handicap Assessment & Reporting Technique (CHART) (2022, November 9). Scireproject. <https://scireproject.com/outcome/craig-handicap-assessment-reporting-technique-chart/#:~:text=Designed%20to%20measure%20the%20level,expected%20from%20people%20without%20disabilities>
- Cripps, J.H., Cooper, Sh.B., Evitts, P.M. & Blackburn, J.F. (2016). Diagnosing and Treating Signed Language Disorders: A New Perspective. *Contemporary Issues in Communication Science and Disorders (CICSD)*, 43, 223–237. [https://doi.org/10.1044/cicsd\\_43\\_F\\_223](https://doi.org/10.1044/cicsd_43_F_223)
- Dahlberg CA, Cusick CP, Hawley LA, Newman JK, Morey CE, Harrison-Felix CL, et al. (2007). Treatment efficacy of social communication skills training after traumatic brain injury: a randomized treatment and deferred treatment controlled trial. *Arch Phys Med Rehabil.* 88, 1561–1573. doi: 10.1016/J.APMR.2007.07.033
- Demographic and Health Survey (DHS) (2022, October 26). Dhsprogram.com [https://dhsprogram.com/Methodology/Survey-Types/DHS.cfm#:~:text=Demographic%20and%20Health%20Surveys%20\(DHS,population%2C%20health%2C%20and%20nutrition](https://dhsprogram.com/Methodology/Survey-Types/DHS.cfm#:~:text=Demographic%20and%20Health%20Surveys%20(DHS,population%2C%20health%2C%20and%20nutrition)
- Design Options for Home Visiting Evaluation (2022, November 20). Jbassoc. <https://www.jbassoc.com/wp-content/uploads/2018/03/Selecting-Single-Case-Designs.pdf>
- Diener, E., Emmons, R., Larsen, R., & Griffin, Sh. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of personality assessment*, 49, 71–75. 10.1207/s15327752jpa4901\_13.
- Diener, E., Pavot, W. (1993). Review of the Satisfaction With Life Scale. *Psychological Assessment [PsycARTICLES]*, 5(2), 164.
- Dijkers, M. (2000). *The Community Integration Questionnaire*. The Center for Outcome Measurement in Brain Injury. <http://www.tbims.org/combi/ciq>
- Finch, E., Copley, A., Cornwell, P., Kelly, C. (2016). Systematic review of behavioral interventions targeting social communication difficulties after traumatic brain injury. *Arch Phys Med Rehabil.* 97, 1352–1365. doi: 10.1016/j.apmr.2015.11.005
- Fock, V.A. (2019). *Selected Works. Quantum Mechanics and Quantum Field Theory*. Ed. by L.D. Faddeev, L.A. Khal'fin, I.V. Komarov, CRC Press, 584.
- Genova, H. M., Haight, A., Natsheh, J. Y., DeLuca, J., & Lengenfelder, J. (2019). The Relationship Between Social Communication and Social Functioning in Pediatric TBI: A Pilot Study. *Frontiers in Neurology*. <https://doi.org/10.3389/fneur.2019.00850>
- Gorova, S.V. (2019b). *Identity of informational society: problems of realisation*. Accent Graphics Communications & Publishing, Vancouver, Canada, 208.
- Hariton, E., & Locascio, J.J. (2018). Randomised controlled trials – the gold standard for effectiveness research. *BJOG: an international journal of obstetrics and gynaecology*, 125(13), 1716. <https://doi.org/10.1111/1471-0528.15199>
- Hayes, A. (2022, July 20). T-Test: What It Is With Multiple Formulas and When To Use Them. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/t/t-test.asp>
- Hazan, A., Luberadzka, J., Rivilla, J., Snik, A., Albers, B., Méndez, N., Wack, N., Paytuvi, O., Zarowski, A., Offeciers, E., & Kinsbergen, J. (2022). Home-Based Audiometry With a Smartphone App: Reliable Results? *American Journal of Audiology*, 31 (3S). [https://doi.org/10.1044/2022\\_AJA-21-00191](https://doi.org/10.1044/2022_AJA-21-00191)
- Hovland, C. I. (1948). Social Communication. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 92(5), 371–375. <http://www.jstor.org/stable/3143048>
- Hwang, C.L. & Yoon, K. (1981). *Multiple Attribute Decision Making: Methods & Applications*, Berlin, Heidelberg, New York, SpringerVerlag.

- Hwang, C.L., Lai, Y.J. & Liu, T.Y. (1983). A new approach for multiple objective decision making. *Computers and Operational Research*, 20, 889–899.
- Kiresuk, T. J., & Sherman, R. E. (1968). Goal attainment scaling: A general method for evaluating comprehensive community mental health programs. *Community mental health journal*, 4(6), 443–453. <https://doi.org/10.1007/BF01530764>
- Kholod, O. (2023-1). Appendices to Oleksandr Kholod's article «Methodological principles of research into social communication processes». figshare. Dataset. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22179820.v1>
- Kholod, O. (February 26, 2023). Appendiceser to Oleksandr Kholod's Article «Methodological Principles of Research into Social Communication Processes» [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=4371294](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4371294)
- Krasny-Pacini, A. & Evans, J. (2018). Single-case experimental designs to assess intervention effectiveness in rehabilitation: A practical guide. *Annals of Physical and Rehabilitation Medicine*, 61(3), 164–179.
- Krotz, F. (2009). Communication as Social action. Bridging the Gap between Sociology and Communication Studies. In R. P. Conig P.W.M. Nelissen F.G.M. Huysmans (Eds). *Meaningful media: Communication research on the social construction of reality*. Nijmegen, The Netherlands: Tandem Felix, 22–36.
- Lee, J.B. & Cherney, L.R. (2022). Transactional Success in the Texting of Individuals With Aphasia. *American Journal of Speech-Language Pathology*, 31 (5S), 2348–2365. [https://doi.org/10.1044/2022\\_AJSLP-21-00291](https://doi.org/10.1044/2022_AJSLP-21-00291)
- Linscott, R. J., Knight, R. G., & Godfrey, H. P. D. (1996). The profile of functional impairment in communication (PFIC): A measure of communication impairment for clinical use. *Brain Injury*, 10, 397–412.
- López-Ortega, M., Torres-Castro, S. & Rosas-Carrasco, O. (2016). Psychometric properties of the Satisfaction with Life Scale (SWLS): secondary analysis of the Mexican Health and Aging Study. *Health Qual Life Outcomes* 14, 170. <https://doi.org/10.1186/s12955-016-0573-9>
- Lorenz, E.N. (1963). Deterministic non-periodic flow. *Journal of the Atmospheric Sciences*, 20 (2): 130–141. doi:10.1175/1520-0469(1963)020<0130:DNF>2.0.CO
- Low-Ber, D., & Stoneburner, R. L. (2004). Social communications and AIDS population behaviour changes in Uganda compared to other countries. Center for AIDS Development, *Research and Evaluation*. <https://www.comunit.com/hiv-aids/content/social-communications-and-aids-population-behaviour-changes-uganda-compared-other-countr>
- McGann, W., Werven, G., Douglas, M. (1997). Social competence and head injury: A practical approach. *Brain Injury*, 11, 621–628.
- Miller, G.J. & Lewis, B.A. (2022). Reading Skills in Children With Suspected Childhood Apraxia of Speech and Children With Reading Disorders: Same or Different? *Language, Speech, and Hearing Services in Schools*, 53 (4), 985–1005. [https://doi.org/10.1044/2022\\_LSHSS-21-00149](https://doi.org/10.1044/2022_LSHSS-21-00149)
- Nonrandomized clinical trial (2022, November 10). National Cancer Institute. <https://www.cancer.gov/publications/dictionaries/cancer-terms/def/nonrandomized-clinical-trial>
- Operations support system (2022, October 25). In Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Operations\\_support\\_system](https://en.wikipedia.org/wiki/Operations_support_system)
- Pap, J. (2022). Clustering of Disfluencies in Informal Conversations of People With Cluttering. Perspectives of the ASHA Special Interest Groups, 7 (5), 1370–1380. [https://doi.org/10.1044/2022\\_PERSP-21-00143](https://doi.org/10.1044/2022_PERSP-21-00143)

- Penrose, R. (2014). On the Gravitization of Quantum Mechanics 1: Quantum State Reduction. *Foundations of Physics*, 44 (5): 557–575.
- Qiu, W., Chen, H., Dincer, A.B. et al. (2022). Interpretable machine learning prediction of all-cause mortality. *Commun Med* 2, 125. <https://doi.org/10.1038/s43856-022-00180-x>
- Report on Knowledge, Attitude, Practices & Behavior (KAPB) Survey (2022, October 26). Careevaluations.org. [https://careevaluations.org/wp-content/uploads/Camp15-KAPB-Survey\\_V4\\_31Aug2022.pdf](https://careevaluations.org/wp-content/uploads/Camp15-KAPB-Survey_V4_31Aug2022.pdf)
- Satisfaction with Life Scale (SWLS) (2022, November 9). Novopsych. <https://novopsych.com.au/assessments/well-being/satisfaction-with-life-scale-swls/>
- Sibbald, B., & Roland, M. (1998). Understanding controlled trials. Why are randomised controlled trials important? *British Medical Journal*, 316(7126), 201.
- Smuts, I. (1926). *The Evolution of Personality*. London: Macmillan and Co. Ltd. 361.
- Social Communication (2022, October 29). ASHA. <https://www.asha.org/public/speech/development/social-communication/>
- Srikrishna, S., Sreenivasulu Reddy, A., Vani, S. (2014). A New Car Selection in the Market using TOPSIS Technique. *International Journal of Engineering Research and General Science*, 2(4), 177–181.
- Theory of mind (2022, September 21). In Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Theory\\_of\\_mind](https://en.wikipedia.org/wiki/Theory_of_mind)
- Togher, L., McDonald, S., Tate, R., Rietdijk, R., Power, E. (2016). The effectiveness of social communication partner training for adults with severe chronic TBI and their families using a measure of perceived communication ability. *NeuroRehabilitation*, 38, 243–255. doi: 10.3233/NRE-151316
- Xuan, Q., Gharehyazie, M., Devanbu, P. T. & Filkov, V. (2012). Measuring the Effect of Social Communications on Individual Working Rhythms: A Case Study of Open Source Software, *International Conference on Social Informatics*, 78–85, <https://doi.org/10.1109/SocialInformatics.2012.17>
- Yonghong, H. (2002). The Improvement of the Application of TOPSIS Method to Comprehensive Evaluation [J]. *Mathematics in Practice and Theory*, 32 (4), 572 – 575.
- Алексеева, В.И. (2007). К. Э. Циолковский: философия космизма, 320.
- Бездрабко, В.В. (2006). *Управлінське документознавство*. Київ, 208.
- Бездрабко, В.В. (2008). Сучасне документознавство в Україні: концепції, перспективи розвитку. *Український історичний журнал*, 6. 165–182.
- Білан, Н.І. (2016). *Інформаційна парадигма соціальних комунікацій*. Київ, 379.
- Біличенко, О.Л. (2012). *Художня література в інформаційно-комунікаційному просторі сучасності*. Слов'янськ, 351.
- Богуславський, О.В. (2008). *Преса міжвоєнної української еміграції і боротьба за незалежність України: історичний шлях, досвід, дискусії*. Запоріжжя: Просвіта, 442.
- Бом, Д. (1961). *Квантовая теория*. Физматгиз, 728.
- Бутиріна, М.В. (2009). *Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі*. Дніпропетровськ, 368.
- Василик, Л.Є. (2010). *Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності*. Чернівці: Рута, 416.
- Вдовіна, О. (2021). Інформаційно-комунікаційні технології як фактор соціокультурних процесів сучасності. *Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку*. Харків, 52.
- Вернадский, В.И. (1977). *Размышления натуралиста*. Книга 2, 192.
- Вернадский, В.И. (1978). *Живое вещество*, 358.
- Водолазька, С.А. (2015). *Радикальні інновації східноєвропейської видавничої галузі*. Київ: Авега, 370.

- Воскобойнікова-Гузєва, О. (2015). Методологія бібліотекознавчих досліджень: новітні підходи. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 42, 7–20.
- Воскобойнікова-Гузєва, О.В. (2007-2). Дискусійні питання розвитку теорії і методології бібліотекознавства. *Бібл. Вісник*, 2, 3–9.
- Воскобойнікова-Гузєва, О.В. (2007-1). Розвиток прикладних і теоретичних аспектів українського бібліотекознавства: проблеми та перспективи. *Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики*. Київ, 72–74.
- Выготский, Л.С. (1983). История развития высших психических функций. *Собр. соч.:* В 6-ти т., Т.3, 336.
- Горова, С.В. (2017). *Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення*. Київ, 452.
- Горова, С.В. (2019). Розвиток соціальних комунікацій у контексті задоволення інформаційних потреб особи. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 53, 40–52.
- Городенко, Л.М. (2012). *Теорія мережевої комунікації*. Київ, 387.
- Горська, К. (2016). *Медіаконтент: трансформації на перехресті аналогової та цифрової культур*. Київ: Інтерсервіс, 380.
- Гоян, О. Я. (2004). *Основи радіожурналістики і радіоменеджменту*. Київ: Веселка, 245.
- Гриценко, М.М. (2017). Інтеграція як умова прогресу. Діалектика інтеграції. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*, 4, 124–125.
- Грицюта, Н. (2012). *Етика реклами як естимаційний орієнтир сучасного суспільства*. Київ, 416.
- Гумилев, Л.Н. (1989). *Етногенез и биосфера Земли*, 496.
- Дротянко, Л.Г. (2023). Український контекст філософії космізму. Myslenedrevo. [www.myslenedrevo.com.ua](http://www.myslenedrevo.com.ua).
- Ефект метелика (математика). (2023, January 7). In Wikipedia. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефект\\_метелика\\_\(математика\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Ефект_метелика_(математика))
- Єлісовенко, Ю.П., Нагорняк, М.В. (2017). *Радіовиробництво*. Київ, 304.
- Зелінська, Н.В. (2002). *Наукове книговидання в Україні: історія та сучасний стан*. Львів: Світ, 268.
- Зелінська, Н.В. (2013). Видавнича культура в реаліях інформаційного суспільства: вгору сходами, що ведуть униз. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*, 2, 126–131.
- Зелінська, Н.В. (2018). Журналістикознавча періодика: як/чи творяться «медійні форми репрезентації світу»? *Українська періодика: історія і сучасність*. Львів, 252–257.
- Зражевська, Н.І. (2012). *Розуміння медіакультури: комунікація, постмодерн, ідентичність, ідеологія, медіаконтроль*. Черкаси, 408.
- Ильганаева, В.А. (2009). *Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник*. Харьков, 392.
- Іванова, О.А. (2013). Перспективи застосування системного моніторингу у дослідженнях літературно-мистецької періодики. *Наукові записки Інституту журналістики*, 50 (січень–березень). Київ, 212–216.
- Квіт, С. (2011). *Герменевтика стилю*. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 144.
- Кирилишен, Я.В., Денисова, К.О. (2018). Социальные коммуникации и их роль в украинском информационном маркетинге. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 4. Київ, 90–96.
- Климанська, Л.Д. (2007). *Соціально-комунікативні технології в політиці: таємниці політичної кухні*. Львів, 332.

- Колісник, Ю.В. (2008). *Формування суспільної свідомості журнальною періодикою УРСР (1950–1980 рр.)*. Черкаси: ПП Чабаненко, 290.
- Корнєєв, В.М. (2015). Перспективні напрями наукового розвитку галузі «Соціальні комунікації». *Освіта регіону*, 3–4, 61–69.
- Крайнікова, Т.С. (2014). *Культура медіаспоживання в Україні: від консьюмеризму до просьюмеризму*. Бориспіль: Люксар, 372.
- Крутов, В. (2014). *Возвращение к себе. Основы развития сознания и управления мышлением*. Киев: Генеза, 400.
- Кулешов, С.Г. (2000). *Документознавство: Історія. Теоретичні основи*. Київ, 99–125.
- Кунанець, Н.Е. (2013). Методологічні засади використання методів інформатики при дослідженні бібліотек. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2, 44–50.
- Курбан, О.В. (2016). *Інформаційні війни в соціальних онлайн-мережах*. Київ: КУБГ, 392.
- Курбан, О.В. (2018). *Сучасні інформаційні війни у соціальних онлайн-мережах*. [Неопублікована докторська дисертація]. Київ, 468.
- Лизанчук, В., Кузнецова, О. (1991). *Методи збирання і фіксації інформації в журналістиці*. Київ, 244.
- Лизанчук, В.В. (2006). *Основи радіожурналістики*. Київ: Знання, 628.
- Мантуло, Н.Б. (2012). *Паблік рилейшнз: текст і комунікація*. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 320.
- Марєєв, С.Н. (1997). *Встреча с философом Э. Ильенковым*, 175–190.
- Михайлин, І.Л. (2002). *Основи журналістики*. Київ: ЦУЛ, 284.
- Найдьонов, О.Г. (2013). Космічне світорозуміння Григорія Сковороди. *Переяславські Сковородинівські студії: Збірник наукових праць* [за заг. ред. М.П. Корпанюка], Вип. 2, Переяслав-Хмельницький, 335.
- Новальська, Т.В. (2005). *Український читач у бібліотекознавчих дослідженнях (кінець XIX – початок XXI ст.)*. Київ, 252.
- Новальська, Т.В. (2007). Вивчення читача в українському бібліотекознавстві (друга половина XIX – початок XXI століття). *Автореферат дисертації доктора історичних наук*, 40.
- Овсієнко, В., Рапп, І. Бердник, О.П. (2006). *Міжнародний біографічний словник дисидентів країн Центральної та Східної Європи й колишнього СРСР*. Т. 1. Україна. Частина І. Харків: Харківська правозахисна група; «Права людини», 67–71.
- Огар, Е. (2012). *Дитяча книга в українському соціумі (досвід перехідної доби)*. Львів: Світ, 320.
- Паримський, І.С. (2007). *Національна преса. Сучасні проблеми теорії*. Київ, 288.
- Партико, З.В. (2008). *Теорія масової інформації та комунікації*. Львів: Афіша, 292.
- Пастушенко, О. (2016). *Книга і періодика в дисертаційних дослідженнях незалежної України: соціокомунікаційний аспект*. Київ, 564.
- Пенчук, І.Л. (2011). *Телебачення для дітей в Україні*. Запоріжжя, 384.
- Порпуліт, О.О. (2021). *Медіаконтинуум як просторово-часового формату соціальнокомунікаційної діяльності початку XXI століття*. [Неопублікована докторська дисертація]. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 474.
- Приходько, Ю.О., Юрченко, В.І. (2020). *Психологічний словник-довідник*, Київ: Каравела, 320; Леонтєв, А.Н. (2020). *Проблеми розвитку психіки*, 627.
- Різун, В.В. (2012). Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. *Психолінгвістика*, 10, 305–314. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling\\_2012\\_10\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44).



- Різун, В.В., Скотникова, Т.В. (2005). *Методи наукових досліджень у журналістикознавстві*. Київ, 2005, 97.
- Ромах, О. (2020). *Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій*. Львів: ПАІС, 404.
- Рубінштейн, С.Л. (2019). *Основи загальної психології*. Київ, 634; Рубінштейн, С.Л. (1973). *Проблемы общей психологии*, 424.
- Серажим, К.С. (2002). *Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність*. Київ, 392.
- Слободяник, М. (2003). Структура сучасного документознавства. *Вісник Книжкової палати*, 4, 18–21.
- Смирнов, Н. (2008). Космизм Івана Ефремова. *Провозвестник Великого Кольця: К 100-літтю І. А. Ефремова (1908–2008)*. Клуб «Ноосфера», 53–65.
- Супрун, Л.В. (2012). *Мовноментальні особливості комунікаційної системи «Літературно-Наукового Вістника»*. Вінниця, 507.
- Турчин, А. (2013). *Футурологія. ХХІ век: бессмертие или глобальная катастрофа?* Лаборатория знаний, 263.
- Хавкіна, Л.М. (2010). *Сучасний український рекламний міф*. Харків, 352.
- Хилько, М.М. (2013-1). Сучасний стан вітчизняних досліджень у галузі соціальних комунікацій. *Наукові записки Інституту журналістики*, 52, 111–116.
- Хилько, М. (2013-2). Застосування методу контент-аналізу в журналістикознавчих дослідженнях. *Журналістика*, 20, 29–34.
- Холізм (2002). *Філософський енциклопедичний словник* (Озадовська, Л.В., Поліщук, Н.П., наук. ред.). Київ: Абрис, 700.
- Холізм (2022, листопад 21). Вікіпедія. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Холізм>
- Холод, О. (2014). *Методологія досліджень соціальних комунікацій*. Львів: ПАІС, 280.
- Холод, О. (2019). Завдання психолінгвістичної методології досліджень і квантовий підхід. *Психолінгвістика*, 25(2), 338–370. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2019-25-2-338-370>
- Холод, О. (2020). Психолінгвістичні маркери інмутації суспільства (на прикладі аналізу сполук частотних звукобукв у текстах україномовної преси 1917 року). *Психолінгвістика*, 27(2), 314–343. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-27-2-314-343>
- Холод, О. (2022). *Квантова журналістика*. Київ: Інтерсервіс, 322.
- Холод, О. (2022). Параметри діапазону поняття «процеси соціальних комунікацій» як об'єкта дослідження. *Соціальні комунікації: теорія і практика*, 14(1), 13–52. <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2022-14-1-1>
- Холодный, Н.Г. (1982). *Избранные труды* (гл. ред. К. М. Сытник), Киев: Наукова думка, 443.
- Хоменко, І.А. (2012). *Соціальна функціональність художнього радіомовлення*. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 314.
- Чекмишев, О.В. (2011). *Методи конвергентних досліджень соціальних комунікацій*. Київ, 352.
- Чекмишев, О.В. (2012). Моніторинг ЗМІ в системі соціальних комунікацій: історико-теоретичний та прагматичний аспект. *Тези дисертації*, 35.
- Чекштуріна, В.М. (2015). Соціокомунікативний підхід до декодування сакрального контенту архаїчних знаків-символів. *Наукові записки. Серія: Соціальні комунікації*, 2. Львів, 129–138.
- Чекштуріна, В.М. (2016). *Рунічний знак як засіб символічної комунікації: теоретико-методологічний аспект*. Київ, 393.
- Швецова-Водка, Г.М. (2007). Методи документознавства. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 3, 81–85.

- Шевченко, В.Е. (2013). *Форми візуалізації в сучасному журналі*. Київ: Видавець Паливода А.В., 340.
- Шумарова, Н.П. (2000). *Мовна компетенція особистості в ситуації білінгвізму*. Київ, 284.
- Шумарова, Н.П. (2015). *Соціолінгвістика*. Київ: ВПЦ «Київський університет», 157.

### Reference

- Alekseeva, V.I. (2007). *K. E. Ciolkovskij: filosofiya kosmizma [K. E. Tsiolkovsky: philosophy of cosmism]*, 320.
- Apperly, I.A., Butterfill, S.A. (2009). Do humans have two systems to track beliefs and belief-like states? *Psychological Review*, 116 (4), 953–970. <https://doi.org/10.1037/a0016923>. PMID 19839692
- Bell, J.S. (1966). On the problem of hidden variables in quantum theory. *Rev. Mod. Phys.*, 38, 450.
- Bell, J.S. (2004). *Speakable and Unspeakable in Quantum Mechanics*, 2nd ed.; Cambridge University Press: Cambridge, UK.
- Bellad, M. B., Tara, D., Ganachari, M. S., Mallapur, M. D., Goudar, S. S., Kodkany, B. S., ... & Derman, R. (2012). Prevention of postpartum haemorrhage with sublingual misoprostol or oxytocin: a double-blind randomised controlled trial. *BJOG: An International Journal of Obstetrics & Gynaecology*, 119(8), 975–986.
- Bezdrabko, V.V. (2006). *Upravlinske dokumentoznavstvo [Administrative document science]*. Kyiv, 208.
- Bezdrabko, V.V. (2008). Suchasne dokumentoznavstvo v Ukraini: kontseptsii, perspektyvy rozvytku [Modern document studies in Ukraine: concepts, development prospects]. *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal – Ukrainian historical journal*, 6, 165–182.
- Bilan, N.I. (2016). *Informatsiina paradyhma sotsialnykh komunikatsii [Informational paradigm of social communications]*. Kyiv, 379.
- Bilychenko, O.L. (2012). *Khudozhnia literatura v informatsiino-komunikatsiinomu prostori suchasnosti [Fiction in the modern information and communication space]*. Sloviansk, 351.
- Bohr, N. (1928). The quantum postulate and the new development of atomics. *Nature*, 121, 580.
- Bohuslavskyyi, O.V. (2008). *Presa mizhvoiennoi ukrainskoi emigratsii i borotba za nezalezhnist Ukrainy: istorychni shliakh, dosvid, dyskusii [The press of the interwar Ukrainian emigration and the struggle for the independence of Ukraine: historical path, experience, discussions]*. Zaporizhzhia: Prosvita, 442.
- Bom, D. (1961). *Kvantovaia teoriya [Quantum theory]*. Fyzmathyz, 728.
- Braden, C., et al. (2010). Social Communication Skills Group Treatment: a Feasibility Study for Persons With Traumatic Brain Injury and Comorbid Conditions. *Brain Injury*, 24 (11), 1298–1310.
- Bushnik, T. (2011). Profile of Functional Impairment in Communication. In: Kreutzer, J.S., DeLuca, J., Caplan, B. (eds). *Encyclopedia of Clinical Neuropsychology*. Springer, New York, NY. [https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3\\_1958](https://doi.org/10.1007/978-0-387-79948-3_1958)
- Buss, E., Felder, J., Miller, M.K., Leibold, L.J. & Calandrucchio, L. (2022). Can Closed-Set Word Recognition Differentially Assess Vowel and Consonant Perception for School-Age Children With and Without Hearing Loss? *Journal of Speech, Language, and Hearing Research*, 65 (10), 3934–3950. [https://doi.org/10.1044/2022\\_JSLHR-20-00749](https://doi.org/10.1044/2022_JSLHR-20-00749)
- Butyrina, M.V. (2009). *Stereotypy masovoi svidomosti: osoblyvosti formuvannia ta funktsionuvannia u mediaseredovyshchi [Stereotypes of mass consciousness: peculiarities of formation and functioning in the media environment]*. Dnipropetrovsk, 368.

- Callaway, L., Winkler, D., Tippett, A., Migliorini, C., Herd, N. & Willer, B. (2014). *The Community Integration Questionnaire-Revised (CIQ-R)*. Melbourne, Australia: Summer Foundation Ltd.
- Chekmyshev, O.V. (2011). *Metody konverhentnykh doslidzhen sotsialnykh komunikatsii [Methods of convergent research of social communications]*. Kyiv, 352.
- Chekmyshev, O.V. (2012). *Monitorynh ZMI v systemi sotsialnykh komunikatsii: istoryko-teoretychnyi ta prahmatychnyi aspekt [Media monitoring in the system of social communications: historical, theoretical and pragmatic aspect]*. Tezy dysertatsii, 35.
- Chekshturina, V.M. (2015). Sotsiokomunikatyvnyi pidkhid do dekoduvannia sakralnoho kontentu arkhainykh znakov-symvoliv [Sociocommunicative approach to decoding the sacred content of archaic signs-symbols]. *Naukovi zapysky. Serii: Sotsialni komunikatsii – Scientific Notes. Series: Social Communications*, 2. Lviv, 129–138.
- Chekshturina, V.M. (2016). *Runichnyi znak yak zasib symvolnoi komunikatsii: teoretyko-metodolohichni aspekt [Runic sign as a means of symbolic communication: theoretical and methodological aspect]*. Kyiv, 393.
- Cluster analysis (2022, October 19). In Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Cluster\\_analysis](https://en.wikipedia.org/wiki/Cluster_analysis)
- Communication and social action (1947). Yeager, W. H., and W. E. Utterback, ed.
- Communications Medicine (2022, October 29). Nature.com. <https://www.nature.com/articles/s43856-022-00180-x>
- Craig Handicap Assessment & Reporting Technique (CHART) (2022, November 9). Scireproject. <https://scireproject.com/outcome/craig-handicap-assessment-reporting-technique-chart/#:~:text=Designed%20to%20measure%20the%20level,expected%20from%20people%20without%20disabilities>
- Cripps, J.H., Cooper, Sh.B., Evitts, P.M. & Blackburn, J.F. (2016). Diagnosing and Treating Signed Language Disorders: A New Perspective. *Contemporary Issues in Communication Science and Disorders (CICSD)*, 43, 223–237. [https://doi.org/10.1044/cicsd\\_43\\_F\\_223](https://doi.org/10.1044/cicsd_43_F_223)
- Dahlberg CA, Cusick CP, Hawley LA, Newman JK, Morey CE, Harrison-Felix CL, et al. (2007). Treatment efficacy of social communication skills training after traumatic brain injury: a randomized treatment and deferred treatment controlled trial. *Arch Phys Med Rehabil.* 88, 1561–1573. doi: 10.1016/J.APMR.2007.07.033
- Demographic and Health Survey (DHS) (2022, October 26). Dhsprogram.com [https://dhsprogram.com/Methodology/Survey-Types/DHS.cfm#:~:text=Demographic%20and%20Health%20Surveys%20\(DHS,population%2C%20health%2C%20and%20nutrition](https://dhsprogram.com/Methodology/Survey-Types/DHS.cfm#:~:text=Demographic%20and%20Health%20Surveys%20(DHS,population%2C%20health%2C%20and%20nutrition)
- Design Options for Home Visiting Evaluation (2022, November 20). Jbassoc. <https://www.jbassoc.com/wp-content/uploads/2018/03/Selecting-Single-Case-Designs.pdf>
- Diener, E., Emmons, R., Larsen, R., & Griffin, Sh. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of personality assessment*, 49, 71–75. 10.1207/s15327752jpa4901\_13.
- Diener, E., Pavot, W. (1993). Review of the Satisfaction With Life Scale. *Psychological Assessment [PsycARTICLES]*, 5(2), 164.
- Dijkers, M. (2000). *The Community Integration Questionnaire*. The Center for Outcome Measurement in Brain Injury. <http://www.tbims.org/combi/ciq>
- Drotianko L.H. (2023, January 24). Ukrainskyi kontekst filosofii kosmizmu [Ukrainian context of the philosophy of cosmism]. Myslenedrevo. [www.myslenedrevo.com.ua](http://www.myslenedrevo.com.ua).
- Efekt metelyka (matematyka) [Butterfly effect (mathematics)]. (2023, January 7). In Wikipedia. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Efekt\\_metelyka\\_\(matematyka\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Efekt_metelyka_(matematyka))
- Finch, E., Copley, A., Cornwell, P., Kelly, C. (2016). Systematic review of behavioral interventions targeting social communication difficulties after traumatic brain injury. *Arch Phys Med Rehabil.* 97, 1352–1365. doi: 10.1016/j.apmr.2015.11.005

- Fock, V.A. (2019). *Selected Works. Quantum Mechanics and Quantum Field Theory*. Ed. by L.D. Faddeev, L.A. Khal'fin, I.V. Komarov, CRC Press, 584.
- Genova, H. M., Haight, A., Natsheh, J. Y., DeLuca, J., & Lengenfelder, J. (2019). The Relationship Between Social Communication and Social Functioning in Pediatric TBI: A Pilot Study. *Frontiers in Neurology*. <https://doi.org/10.3389/fneur.2019.00850>
- Gorova, S.V. (2019b). *Identity of informational society: problems of realisation*. Accent Graphics Communications & Publishing, Vancouver, Canada, 208.
- Gumilev, L.N. (1989). *Etnogenez i biosfera Zemli [Ethnogenesis and biosphere of Zemla]*, 496.
- Hariton, E., & Locascio, J.J. (2018). Randomised controlled trials – the gold standard for effectiveness research. *BJOG: an international journal of obstetrics and gynaecology*, 125(13), 1716. <https://doi.org/10.1111/1471-0528.15199>
- Hayes, A. (2022, July 20). T-Test: What It Is With Multiple Formulas and When To Use Them. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/t/t-test.asp>
- Hazan, A., Luberadzka, J., Rivilla, J., Snik, A., Albers, B., Méndez, N., Wack, N., Paytuvi, O., Zarowski, A., Offeciers, E., & Kinsbergen, J. (2022). Home-Based Audiometry With a Smartphone App: Reliable Results? *American Journal of Audiology*, 31 (3S). [https://doi.org/10.1044/2022\\_AJA-21-00191](https://doi.org/10.1044/2022_AJA-21-00191)
- Hoian, O. Ya. (2004). *Osnovy radiozhurnalistyky i radiomenedzhmentu [Basics of radio journalism and radio management]*. Kyiv: Veselka, 245.
- Horodenko, L.M. (2012). *Teoriia merezhevoi komunikatsii [Theory of network communication]*. Kyiv, 387.
- Horova, S.V. (2017). *Osoba v informatsiinomu suspilstvi: vyklyky sohodennia [The person in the information society: today's challenges]*. Kyiv, 452.
- Horova, S.V. (2019). Rozvytok sotsialnykh komunikatsii u konteksti zadovolennia informatsiinykh potreb osoby [The development of social communications in the context of meeting the informational needs of a person]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – V. I. Vernadsky Scientific works of the National Library of Ukraine*, 53, 40–52.
- Horska, K. (2016). *Mediakontent: transformatsii na perekhresti analohovoi ta tsyfrovoy kultur [Media content: transformations at the intersection of analog and digital cultures]*. Kyiv: Interservis, 380.
- Hovland, C. I. (1948). Social Communication. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 92(5), 371–375. <http://www.jstor.org/stable/3143048>
- Hrytsenko, M.M. (2017). Intehratsiia yak umova prohresu. Dialektyka intehratsii [Integration as a condition of progress. The dialectic of integration.]. *Filosofii i politolohiia v konteksti suchasnoi kultury – Philosophy and political science in the context of modern culture*, 4, 124–125.
- Hrytsiuta, N. (2012). *Etyka reklamy yak estymatsiinyi oriiientyr suchasnoho suspilstva [Ethics of advertising as an estymative landmark of modern society]*. Kyiv, 416.
- Hwang, C.L. & Yoon, K. (1981). *Multiple Attribute Decision Making: Methods & Applications*, Berlin, Heidelberg, New York, SpringerVerlag.
- Hwang, C.L., Lai, Y.J. & Liu, T.Y. (1983). A new approach for multiple objective decision making. *Computers and Operational Research*, 20, 889–899.
- Ilganaeva, V.A. (2009). *Socialnye kommunikacii (teoriya, metodologiya, deyatelnost): slovar-spravochnik [Social communications (theory, methodology, activity): dictionary-reference]*. Harkov, 392.
- Ivanova, O.A. (2013). Perspektivyv zastosuvannia systemnoho monitorynhu u doslidzhenniakh literaturno-mystetskoi periodyky [Prospects for the use of systematic monitoring in the

- research of literary and artistic periodicals]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – Scientific notes of the Institute of Journalism*, 50 (sichen–berezen). Kyiv, 212–216.
- Khavkina, L.M. (2010). *Suchasnyi ukrainskyi reklamnyi mif [Modern Ukrainian advertising myth]*. Kharkiv, 352.
- Kholizm (2002). *Filosofskyi entsyklopedychnyi slovnyk [Philosophical Encyclopedic Dictionary]* (Ozadovska, L.V., Polishchuk, N.P., nauk. red.). Kyiv: Abrys, 700.
- Kholizm [Holism] (2022, lystopad 21). *Vikipediia – Wikipedia*. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Kholizm>
- Kholod, O. (2014). *Metodolohiia doslidzhen sotsialnykh komunikatsii [Social Communications Research Methodology]*. Lviv: PAIS, 280.
- Kholod, O. (2019). Zavrannia psykholinhvistychnoi metodolohii doslidzhen i kvantovyi pidkhid [Tasks of psycholinguistic research methodology and quantum approach]. *Psycholinguistics*, 25(2), 338–370. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2019-25-2-338-370>
- Kholod, O. (2020). Psykholinhvistychni markery inmutatsii suspilstva (na prykladi analizu spoluk chastotnykh zvukobukv u tekstakh ukrainomovnoi presy 1917 roku) [Psycholinguistic markers of inmutation of society (on the example of the analysis of compounds of frequency sound letters in the texts of the Ukrainian-language press in 1917)]. *Psykholinhvistyka – Psycholinguistics*, 27(2), 314–343. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2020-27-2-314-343>
- Kholod, O. (2022). *Kvantova zhurnalistyka [Quantum journalism]*. Kyiv: Interservis, 322.
- Kholod, O. (2022). Parametry diapazonu poniattia «protsesy sotsialnykh komunikatsii» yak obiekta doslidzhennia [Parameters of the range of the concept of «processes of social communications» as an object of study.]. *Sotsialni komunikatsii: teoriia i praktyka – Social communications: theory and practice*, 14(1), 13–52. <https://doi.org/10.51423/2524-0471-2022-14-1-1>
- Kholod, O. (February 26, 2023). Appendiceser to Oleksandr Kholod's Article «Methodological Principles of Research into Social Communication Processes» [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=4371294](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4371294)
- Kholod, O. (2023). Appendices to Oleksandr Kholod's article «Methodological principles of research into social communication processes». figshare. Dataset. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22179820.v1>
- Kholodnyi, N.H. (1982). *Yzbrannye Trudy [Selected writings]* (hl. red.K. M. Sytnyk), Kyev: Naukova dumka, 443.
- Khomenko, I.A. (2012). *Sotsialna funktsionalnist khudozhnoho radiomovlennia [Social functionality of artistic radio broadcasting]*. Kyiv: Kyivskyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, 314.
- Khylko, M. (2013-2). Zastosuvannia metodu kontent-analizu v zhurnalistykoznavchykh doslidzhenniakh [Application of the method of content analysis in journalism research]. *Zhurnalistyka – Journalism*, 20, 29–34.
- Khylko, M.M. (2013-1). Suchasnyi stan vitchyznianskykh doslidzhen u haluzi sotsialnykh komunikatsii [The current state of domestic research in the field of social communication]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – [Scientific Notes of the Institute of Journalism]*, 52, 111–116.
- Kiresuk, T. J., & Sherman, R. E. (1968). Goal attainment scaling: A general method for evaluating comprehensive community mental health programs. *Community mental health journal*, 4(6), 443–453. <https://doi.org/10.1007/BF01530764>
- Kirilishen, Ya.V., Denisova, K.O. (2018). Socialnye kommunikatsii i ih rol v ukrainskom informacinnom marketinge [Social communication and their role in Ukrainian information marketing]. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia – Library science. Documentation. Informatology*, 4. Kyiv, 90–96.

- Klymanska, L.D. (2007). *Sotsialno-komunikatyvni tekhnolohii v politytsi: taiemnytsi politychnoi kukhni [Socio-communicative technologies in politics: secrets of political cuisine]*. Lviv, 332.
- Kolisnyk, Yu.V. (2008). *Formuvannia suspilnoi svidomosti zhurnalnoiu periodykoiu URSS (1950-1980 rr.) [Formation of public consciousness by journal periodicals of the Ukrainian SSR (1950-1980)]*. Cherkasy: PP Chabanenko, 290.
- Kornieiev, V.M. (2015). Perspektivni napriamy naukovooho rozvytku haluzi «Sotsialni komunikatsii» [Perspective directions of scientific development of the branch «Social communications»]. *Osvita rehionu – Education of the region*, 3–4, 61–69.
- Krainikova, T.S. (2014). *Kultura mediaspozhyvannia v Ukraini: vid konsiumerizmu do prosiumerizmu [Culture of media consumption in Ukraine: from consumerism to prosumerism]*. Boryspil: Liuksar, 372.
- Krasny-Pacini, A. & Evans, J. (2018). Single-case experimental designs to assess intervention effectiveness in rehabilitation: A practical guide. *Annals of Physical and Rehabilitation Medicine*, 61(3), 164–179.
- Krotz, F. (2009). Communication as Social action. Bridging the Gap between Sociology and Communication Studies. In R. P. Conig P.W.M. Nelissen F.G.M. Huysmans (Eds). *Meaningful media: Communication research on the social construction of reality*. Nijmegen, The Netherlands: Tandem Felix, 22–36.
- Krutov, V. (2014). *Vozvrashenie k sebe. Osnovy razvitiya soznaniya i upravleniya myshleniem [Return to yourself. Основы развития сознания и управления мышлением]*. Kiev: Geneza, 400.
- Kuleshov, S.H. (2000). *Dokumentoznavstvo: istoriia. Teoretychni osnovy [Documentation: history. Theoretical foundations]*. Kyiv.
- Kunanets, N.E. (2013). Metodolohichni zasady vykorystannia metodiv informatyky pry doslidzhenni bibliotek [Methodological principles of using computer science methods in the study of libraries]. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia – Library science. Documentation. Informatology*, 2, 44–50.
- Kurban, O.V. (2016). *Informatsiini viiny v sotsialnykh onlain-merezhakh [Information wars in social networks]*. Kyiv: KUBH, 392.
- Kurban, O.V. (2018). Suchasni informatsiini viiny u sotsialnykh onlain-merezhakh [Modern information wars in social networks]. [Neopublikovana doktorska dysertatsiia]. Kyiv, 468.
- Kvit, S. (2011). *Hermenevtyka styliu [Hermeneutics of style]*. Kyiv: Vydavnychiy dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 144.
- Lee, J.B. & Cherney, L.R. (2022). Transactional Success in the Texting of Individuals With Aphasia. *American Journal of Speech-Language Pathology*, 31 (5S), 2348–2365. [https://doi.org/10.1044/2022\\_AJSLP-21-00291](https://doi.org/10.1044/2022_AJSLP-21-00291)
- Linscott, R. J., Knight, R. G., & Godfrey, H. P. D. (1996). The profile of functional impairment in communication (PFIC): A measure of communication impairment for clinical use. *Brain Injury*, 10, 397–412.
- López-Ortega, M., Torres-Castro, S. & Rosas-Carrasco, O. (2016). Psychometric properties of the Satisfaction with Life Scale (SWLS): secondary analysis of the Mexican Health and Aging Study. *Health Qual Life Outcomes* 14, 170. <https://doi.org/10.1186/s12955-016-0573-9>
- Lorenz, E.N. (1963). Deterministic non-periodic flow. *Journal of the Atmospheric Sciences*, 20 (2): 130–141. doi:10.1175/1520-0469(1963)020<0130:DNF>2.0.CO
- Low-Ber, D., & Stoneburner, R. L. (2004). Social communications and AIDS population behaviour changes in Uganda compared to other countries. Center for AIDS Development, *Research and Evaluation*. <https://www.comunit.com/hiv-aids/content/social-communications-and-aids-population-behaviour-changes-uganda-compared-other-countr>

- Lyzanchuk, V., Kuznetsova, O. (1991). *Metody zbyrannia i fiksatsii informatsii v zhurnalistytsi [Methods of collecting and fixing information in journalism]*. Kyiv, 244.
- Lyzanchuk, V.V. (2006). *Osnovy radiozhurnalistyky [Fundamentals of Radio Journalism]*. Kyiv: Znannia, 628.
- Mantulo, N.B. (2012). *Pablik ryleishnz: tekst i komunikatsiia [Public relations: text and communication]*. Zaporizhzhia: Klasychnyi pryvatnyi universytet, 320.
- Mareev, S.N. (1997). *Vstrecha s filosofom E. Ilenkovym [Contact with philosopher E. Ilenkovym]*, 175–190.
- McGann, W., Werven, G., Douglas, M. (1997). Social competence and head injury: A practical approach. *Brain Injury*, 11, 621–628.
- Miller, G.J. & Lewis, B.A. (2022). Reading Skills in Children With Suspected Childhood Apraxia of Speech and Children With Reading Disorders: Same or Different? *Language, Speech, and Hearing Services in Schools*, 53 (4), 985–1005. [https://doi.org/10.1044/2022\\_LSHSS-21-00149](https://doi.org/10.1044/2022_LSHSS-21-00149)
- Mykhailyn, I.L. (2002). *Osnovy zhurnalistyky [Fundamentals of journalism]*. Kyiv: TsUL, 284.
- Naidonov, O.H. (2013). Kosmichne svitorozuminnia Hryhoriia Skovorody [Cosmic world understanding of Grigory Skovoroda]. *Pereiaslavski Skovorodynivski studii – Pereiaslav Skovoroda Studios*, 2, Pereiaslav-Khmelnitskyi, 335.
- Nonrandomized clinical trial (2022, November 10). National Cancer Institute. <https://www.cancer.gov/publications/dictionaries/cancer-terms/def/nonrandomized-clinical-trial>
- Novalska, T.V. (2005). *Ukrainskyi chytach u bibliotekoznavchyykh doslidzhenniakh (kinets XIX – pochatok XXI st.) [Ukrainian reader in library research (late XIX – early XXI century)]*. Kyiv, 252.
- Novalska, T.V. (2007). Vychennia chytacha v ukrainskomu bibliotekoznavstvi (druha polovyna XIX – pochatok XXI stolittia) [Study of the reader in Ukrainian library science (the second half of the XIX – the beginning of the XXI century)]. Avtoreferat dysertatsii doktora istorychnykh nauk, 40.
- Ohar, E. (2012). *Dytiacha knyha v ukrainskomu sotsiumi (dosvid perekhidnoi doby) [Children's book in Ukrainian society (experience of the transitional era)]*. Lviv: Svit, 320.
- Operations support system (2022, October 25). In Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Operations\\_support\\_system](https://en.wikipedia.org/wiki/Operations_support_system)
- Ovsiienko, V., Rapp, I. (2006). Berdnyk O.P. *Mizhnarodnyi biografichniy slovnyk dysyidentiv krain Tsentralnoi ta Skhidnoi Yevropy y kolyshnoho SRSR [International Biographic Dictionary of Dissidents of Central and Eastern Europe and the Former USSR]*. T.1. Ukraina. Ch.I. Kharkiv: Kharkivska pravozakhysna hrupa; «Prava liudyny», 67–71.
- Pap, J. (2022). Clustering of Disfluencies in Informal Conversations of People With Cluttering. Perspectives of the ASHA Special Interest Groups, 7 (5), 1370–1380. [https://doi.org/10.1044/2022\\_PERSP-21-00143](https://doi.org/10.1044/2022_PERSP-21-00143)
- Partyko, Z.V. (2008). *Teoriia masovoi informatsii ta komunikatsii [Theory of Mass Information and Communication]*. Lviv: Afisha, 292.
- Parymskyi, I.S. (2007). *Natsionalna presa. Suchasni problemy teorii [National Press. Modern problems of theory]*. Kyiv, 288.
- Pastushenko, O. (2016). *Knyha i periodyka v dysertatsiynyykh doslidzhenniakh nezaleznoi Ukrainy: sotsiokomunikatsiynyi aspekt [Book and periodicals in dissertation researches of independent Ukraine: sociocommunication aspect]*. Kyiv, 564.
- Penchuk, I.L. (2011). *Telebachennia dlia ditei v Ukraini [Television for children in Ukraine]*. Zaporizhzhia, 384.

- Penrose, R. (2014). On the Gravitization of Quantum Mechanics 1: Quantum State Reduction. *Foundations of Physics*, 44 (5): 557–575.
- Porpult, O.O. (2021). *Mediakontynuum yak prostorovo-chasovoho formatu sotsialnokomunikatsiinoi diialnosti pochatku XXI stolittia [Media continuum as a space-time format of social communication activities of the beginning of the XXI century]*. [Neopublikovana doktorska dysertatsiia]. Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka, 474.
- Prykhodko, Yu.O., Yurchenko, V.I. (2020). *Psykhologichnyi slovnyk-dovidnyk [Psychological dictionary-reference]*, Kyiv: Karavela, 320; Leontev, A.N. (2020). *Problemy razvytyia psykhyky [Problems of development of the psyche]*, 627.
- Qiu, W., Chen, H., Dincer, A.B. et al. (2022). Interpretable machine learning prediction of all-cause mortality. *Commun Med* 2, 125. <https://doi.org/10.1038/s43856-022-00180-x>
- Report on Knowledge, Attitude, Practices & Behavior (KAPB) Survey (2022, October 26). Careevaluations.org. [https://careevaluations.org/wp-content/uploads/Camp15-KAPB-Survey\\_V4\\_31Aug2022.pdf](https://careevaluations.org/wp-content/uploads/Camp15-KAPB-Survey_V4_31Aug2022.pdf)
- Rizun, V.V. (2012). Nacherky do metodolohii doslidzhen sotsialnykh komunikatsii [Sketches to the methodology of social communications research]. *Psykholinhvistyka – Psycholinguistics*, 10, 305-314. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling\\_2012\\_10\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_44).
- Rizun, V.V., Skotnykova, T.V. (2005). *Metody naukovykh doslidzhen u zhurnalistykoznavstvi [Methods of scientific research in journalism]*. Kyiv, 2005, 97.
- Romakh, O. (2020). *Nastilnyi posibnyk z metodolohii doslidzhen sotsialnykh komunikatsii [Desktop guide to social communication research methodology]*. Lviv: PAIS, 404.
- Rubinshtein, S.L. (2019). *Osnovy zahalnoi psykhologii [Fundamentals of General Psychology]*. Kyiv, 634; Rubynshtein, S.L. (1973). *Problemy obshchei psykhologiyi [Problems of general psychology]*, 424.
- Satisfaction with Life Scale (SWLS) (2022, November 9). Novopsych. <https://novopsych.com.au/assessments/well-being/satisfaction-with-life-scale-swls/>
- Serazhym, K.S. (2002). *Dyskurs yak sotsiolinhvalne yavyshe: metodolohiia, arkhitektonika, variatyvnist [Discourse as a sociolinguistic phenomenon: methodology, architectonics, variability]*. Kyiv, 392.
- Shevchenko, V.E. (2013). *Formy vizualizatsii v suchasnomu zhurnali [Forms of visualization in a modern journal]*. Kyiv: Vydavets Palyvoda A.V., 340.
- Shumarova, N.P. (2000). *Movna kompetentsiia osobystosti v sytuatsii bilinhvizmu [Linguistic competence of the individual in a situation of bilingualism]*. Kyiv, 284.
- Shumarova, N.P. (2015). *Sotsiolinhvistyka [Sociolinguistics]*. Kyiv: VPTs «Kyivskiy universytet», 157.
- Shvetsova-Vodka, H.M. (2007). *Metody dokumentoznavstva [Methods of records keeping]*. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia – Library science. Documentation. Informatology*, 3, 81–85.
- Sibbald, B., & Roland, M. (1998). Understanding controlled trials. Why are randomised controlled trials important? *British Medical Journal*, 316(7126), 201.
- Slobodanyk, M. (2003). *Struktura suchasnoho dokumentoznavstva [The structure of modern documentation]*. *Visnyk Knyzhkovoї palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 4, 18–21.
- Smirnov, N. (2008). *Kosmizm Ivana Efremova [Cosmism of Ivan Efremov]*. *Provozvestnik Velikogo Kolca: K 100-letiyu I. A. Efremova (1908–2008) – Herald of the Great Ring: To the 100th anniversary of I. A. Efremov (1908–2008)*. Klub «Noosfera», 53–65.
- Smuts, I. (1926). *The Evolution of Personality*. London: Macmillan and Co. Ltd. 361
- Social Communication (2022, October 29). ASHA. <https://www.asha.org/public/speech/development/social-communication/>



- Srikrishna, S., Sreenivasulu Reddy, A., Vani, S. (2014). A New Car Selection in the Market using TOPSIS Technique. *International Journal of Engineering Research and General Science*, 2(4), 177–181.
- Suprun, L.V. (2012). *Movnomentalni osoblyvosti komunikatsiinoi systemy «Literaturno-Naukovoho Vistnyka» [Linguistic features of the communication system of the «Literary and Scientific Whistleblower»]*. Vinnytsia, 507.
- Theory of mind (2022, September 21). In Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Theory\\_of\\_mind](https://en.wikipedia.org/wiki/Theory_of_mind)
- Togher, L., McDonald, S., Tate, R., Rietdijk, R., Power, E. (2016). The effectiveness of social communication partner training for adults with severe chronic TBI and their families using a measure of perceived communication ability. *NeuroRehabilitation*, 38, 243–255. doi: 10.3233/NRE-151316
- Turchin, A. (2013). *Futurologiya. XXI vek: bessmertie ili globalnaya katastrofa? [Futurology. XXI vek: immortal or global catastrophe?]*. Laboratoriya znaniy, 263.
- Vasylyk, L.Ie. (2010). *Svitohliadna publitsystyka suchasnykh literaturno-khudozhnykh vydan: kontseptosfera natsionalnoi identychnosti [Worldview journalism of modern literary and artistic publications: the conceptual sphere of national identity]*. Chernivtsi: Ruta, 416.
- Vdovina, O. (2021). Informatiino-komunikatsiinoi tekhnolohii yak faktor sotsiokulturnykh protsesiv suchasnosti [Information and communication technologies as a factor of socio-cultural processes of our time]. *Kulturolohiia ta sotsialni komunikatsii: innovatsiini stratehii rozvytku – Culturology and social communications: innovative development strategies*. Kharkiv, 52.
- Vernadskij, V.I. (1977). *Razmyshleniya naturalista [Reflections of a naturalist]*. Kniga 2, 192.
- Vernadskij, V.I. (1978). *Zhivoe veshstvo [Living matter]*, 358.
- Vodolazka, S.A. (2015). *Radykalni innovatsii skhidnoievropeiskoi vydavnychoi haluzi [Radical innovations of the Eastern European publishing industry]*. Kyiv: Aveha, 370.
- Voskoboinikova-Huzieva O. (2015). Metodolohiia bibliotekoznavchykh doslidzhen: novitni pidkhody [Methodology of librarianship research: the latest approaches]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Scientific works of V. I. Vernadsky of the National Library of Ukraine*, 42, 7–20.
- Voskoboinikova-Huzieva O.V. (2007-2). Dyskusiini pytannia rozvytku teorii i metodolohii bibliotekoznavstva [Discussion issues of theory and methodology development of library science]. *Bibl. Visnyk – Library Bulletin*, 2, 3–9.
- Voskoboinikova-Huzieva, O.V. (2007-1). Rozvytok prykladnykh i teoretychnykh aspektiv ukrainskoho bibliotekoznavstva: problemy ta perspektyvy [Development of applied and theoretical aspects of Ukrainian librarianship: problems and prospects.]. *Dokumentoznavstvo. Bibliotekoznavstvo. Informatiina diialnist: problemy nauky, osvity, praktyky – Documentary science. Library science. Information activity: problems of science, education, practice*. Kyiv, 72–74.
- Vygotskij, L.S. (1983). Istorija razvitiya vysshih psihicheskikh funkciy [The history of the development of higher mental functions]. *Sobr. soch. – Collected Works: V 6-ti t., T.3*, 336.
- Xuan, Q., Gharehyazie, M., Devanbu, P. T. & Filkov, V. (2012). Measuring the Effect of Social Communications on Individual Working Rhythms: A Case Study of Open Source Software, International Conference on Social Informatics, 78–85, <https://doi.org/10.1109/SocialInformatics.2012.17>
- Yelisovento, Yu.P., Nahorniak, M.V. (2017). *Radiovyrobnytstvo [Radio production]*. Kyiv, 304.
- Yonghong, H. (2002). The Improvement of the Application of TOPSIS Method to Comprehensive Evaluation [J]. *Mathematics in Practice and Theory*, 32 (4), 572 – 575.
- Zelinska, N.V. (2002). *Naukove knyhovydannia v Ukraini: istoriia ta suchasnyi stan [Scientific book publishing in Ukraine: history and current state]*. Lviv: Svit, 268.

- Zelinska, N.V. (2013). Vydavnycha kultura v realiiakh informatsiinoho suspilstva: vhoru skhodamy, shcho vedut unyz [Publishing culture in the realities of the information society: up the stairs leading down]. *Derzhava ta rehiony. Sotsialni komunikatsii – State and regions. Social communications*, 2, 126–131.
- Zelinska, N.V. (2018). Zhurnalistykoznavcha periodyka: yak/chy tvoriatsia «mediini formy reprezentatsii svitu»? [Journalism periodicals: how/are «media forms of representation of the world» created?]. *Ukrainska periodyka: istoriia i suchasnist – Ukrainian periodicals: history and modernity*. Lviv, 252–257.
- Zrazhevskaya, N.I. (2012). *Rozuminnia mediakultury: komunikatsiia, postmodern, identychnist, ideolohiia, mediakontrol [Understanding media culture: communication, postmodernism, identity, ideology, media control]*. Cherkasy, 408.

### **Методологічні принципи досліджень процесів соціальних комунікацій**

**Олександр Холод,**

доктор філологічних наук,

завідувач кафедри журналістики

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

(м. Івано-Франківськ, Україна)

**Метою** дослідження стала ідентифікація методологічних принципів досліджень процесів соціальних комунікацій.

Серед загальних **методів** дослідження ми обрали холізм як «методологічний принцип та світоглядну концепцію, що стверджують цілісність і неподільність матеріального і духовного світу». Спираючись на базові ідеї Я. Смутса про холізм й уявлення про квантову механіку, ми тлумачимо Єдність як те, що не можна розчленовувати навіть задля наукового аналізу.

**Методикою** подальшого вивчення проблеми, яку аналізуємо, ми обрали такі дослідницькі процедури: аналіз доступних нам джерел застосування адекватних методів для вивчення соціальних комунікацій; виокремлення певних близьких характеристик методів, що описано нами; на базі ідентифікації подібних ознак об'єднання методів у групи; формулювання методологічних принципів досліджень соціальних комунікацій.

**Результати** були отримані за трьома критеріями: наявність/відсутність ознак, що характеризують теоретичний або практичний смисл дослідницьких процедур у межах обміну інформацією між елементами Цілого; наявність/відсутність ознак причетності дослідницького шляху до соціуму як Цілого (індивіду, сім'ї, соціальної групи, соціального класу, соціальної інституції, суспільства тощо); спрямованість на вивчення засобів регулювання соціальних стосунків і відносин, що впливають на стан Цілого.

**Висновки.** Було встановлено, що ідентифікація спільних і розбіжних ознак методів дослідження процесів соціальних(-ої) комунікації(-її) дозволяє здійснити класифікацію (за трьома холістичними критеріями) частотних методів, підходів і прийомів, виявлених в описі результатів 50 окремих досліджень (за період від 1968 року до 2022 року). Вищезгадана класифікація спирається на методологічні принципи досліджень соціальних комунікацій

**Keywords:** social communications, методологічні принципи, холізм, ідентифікація, ознаки.

Submitted to the editor – 29.03.2023

Review 1 – 12.04.2023

Review 2 – 27.04.2023

*Accepted for printing – 28.04.2023*

*Подано до редакції – 29.03.2023*

*Рецензія 1 – 12.04.2023*

*Рецензія 2 – 27.04.2023*

*Прийнято до друку – 28.04.2023*




# **THEORY AND HISTORY OF JOURNALISM**

---

**ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Pathogenic Text: Semiocentric Approach**

<p style="text-align: center;"><b>Borys Potyatynyk,</b>  <i>Doctor of Science in Philology, Professor,</i>  <i>E-mail: <a href="mailto:borys.potyatynyk@ucu.edu.ua">borys.potyatynyk@ucu.edu.ua</a></i>  <a href="https://orcid.org/0000-0002-7828-036X">https://orcid.org/0000-0002-7828-036X</a>  <i>School of Journalism and Communication,</i>  <i>Ukrainian Catholic University,</i>  <i>Sventsitsky str., 17</i>  <i>Lviv city, Ukraine, 79011.</i></p>	<p style="text-align: center;"><i>Citation:</i>  Potyatynyk, B. (2023). Pathogenic Text:  Semiocentric Approach.  <i>Social Communications: Theory and Practice,</i>  15(1), 45–60.  <a href="https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-1-3">https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-1-3</a></p> <p style="text-align: center;">© Potyatynyk, B. (2023).    Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
---	--

**Annotation**

*More than a quarter of a century ago, the concept of «pathogenic text» (PT) was introduced to media studies in Ukraine. In this article, we provide a review of academic publications that reflect on this concept from a philosophical perspective. Since 1996, the PT concept has been widely discussed in academic discourse. Therefore, it is important to summarize its usage by outlining our current interpretation and addressing how the concept differs from the more familiar term «harmful content». Can the destructive influence of the media always be attributed to deliberate and malicious actions of certain individuals? If we interpret «pathogenic» as «harmful», the simplest way to identify pathogenic text is by analysing it through the lens of law and morality. From this perspective, the problem of PT can be addressed by adhering to the laws and ethical norms adopted in any given country. According to the formula «harmful is what is prohibited by law», this approach may seem convenient and straightforward. However, upon closer inspection, it becomes apparent that this approach is too one-sided. The concept of pathogenic text has been incorporated into some media studies. We support the attempt by various authors to separate a purely applied understanding of the pathotext (based, for instance, on legal restrictions and prohibitions) from its neutral philosophical interpretation. Some authors have made the concept and classification of PT part of the methodological framework of their research, while others have sought to elaborate on or criticise our classification.*

*Publications by various authors on this topic encourage a reconsideration of the initial understanding of pathogenic text, particularly in the context of semiocentrism. We also view our proposed considerations as a contribution to the philosophy and methodology of media studies.*

**Keywords:** *media philosophy, pathogenic text, propaganda, noocenosis, semiocentrism*

**Introduction. Problem Statement**

The war and the propaganda that accompanies it have highlighted the problem of harmful or pathogenic text. With the beginning of the Russian invasion of Ukraine in 2022, which is a major European war of global and historical significance, we again see that the fictitious narratives on which Russian propaganda is based can cause intense suffering to millions of people. In this article, we explain a distinction between the concepts of harmful and pathogenic text, placing them in the context of *noocenosis* and *semiocentrism* [1]. These concepts form a framework that, in our view, can complement the methodology of media studies.

In 1996, our book «Pathogenic Text» was published in Ukrainian (Potyatynyk, 1996). Since

then, the concept used in the title has entered academic discourse. It makes sense, therefore, to summarise its use by outlining our current interpretation of it and answering the question of how the term differs from the more familiar «harmful content».

We will start with a simple question: Why should the audience (society) be protected from the negative effects of the media? Doesn't this insulation sound unnatural, given that the media are part of society? The contradiction here lies in the fact that media are hardly discrete entities inhabited by unique individuals. These people live among us. This is especially true when it comes to such a dominant media segment today as social media. And yet, attempts to shield the audience from the media seem quite common among a great number of media educators.

Here we deliberately avoid media educational trends that put special emphasis on the creative use of the media, i.e. co-creation. Instead, we focus on an approach that is called protectionist or defensive. Historically, this approach has dominated media education practices. Particularly telling in this sense is the title of David Buckingham's article *Media Education in the UK: Going Beyond Protectionism* (Buckingham, 1998). The very intention of «going beyond» testifies to the powerful gravitational field of the defensive approach. Incidentally, it originated long before the term «media education» emerged. The first attempts in this direction can be traced back to *Culture and Environment: The Training of Critical Awareness* – a book by Frank Leavis and Dennis Thompson published in Britain almost 90 years ago, 1933 (Leavis, 1948). The publication contained exercises based on extracts from media texts of the time, which later became an integral part of media education methods. The authors were very critical of the manipulative practices of commercial media, which, in their opinion, speculated on human emotions and appealed to cheap pleasures, undermining the foundations of high culture. The authors thus taught their audiences to be aware of such pernicious effects and resist such degrading influence. Citing this work, Halloran and Jones (1968) and Masterman (1980) adopt the metaphor of cultural inoculation, which they believe should foster immunity to the harmful effects of the media (Halloran, 1992).

However, the theory of inoculation in human communication itself was proposed by McGuire in 1961. It was about immunity from false persuasion or misinformation. The researcher was motivated, to some extent, by the events of the Korean War that was unfolding at the time. At some point during the war, a group of Americans who had long been held captive by the communist regime were given a choice, after a series of diplomatic negotiations, to either remain in communist Korea or return to the United States. Nine of them decided in favour of the former. This came as a surprise to the US public, which suspected that the captured Americans had been brainwashed. So McGuire, then still a young researcher, took it upon himself to try and answer the question of how to enhance people's mental resistance to propaganda (McGuire, 1961).

Later, media educators extrapolated the method of cultural vaccination to other phenomena, e.g. virtual aggression, eroticism, violence, etc. However, as in propaganda, the problem often lies in the difficulty of drawing the line between harmful and neutral, between art and its vulgar imitation. Take *Pulp Fiction*, a 1994 neo-noir comedy-crime movie by Quentin Tarantino, considered by many a masterpiece that is almost always in the top ten of the best 250 movies on IMDb. At the same time, the film is packed with brutal scenes and gruesome images and because of that, has often been criticised for «glamorising violence». Art – cinema, painting, comics, and even cartoons – is quite often contradictory in its impact. The same applies to erotic aspects of culture. The line between what is viewed as art and, on the other hand, forbidden by law or, indeed, morality, is often blurred.

If we consider this issue through the prism of individual human life stories, it is obvious that people sometimes become unwittingly involved in criminal activities as a result of various life circumstances, including financial. And the projects that attract these people unfold at different levels: production, business, and ultimately purely human in the sense of community of actors, directors, cameramen, managers, designers, and more. From the outside, it seems that such projects

are self-sufficient. People may replace one another, but the project goes on, picking up steam and expanding. This illustration shows that the media are, to some extent, autonomous.

Thus, can the destructive influence of the media always be considered a result of the deliberate and malicious actions of certain individuals? Of course, in the era of hybrid wars, when «troll farms» or «troll factories» are actively used by state actors, through which large-scale propaganda manipulations are carried out, such as informational anti-Ukrainian operations by the Russian Federation after 2014 or Russia's interference in the 2016 US presidential election, a network user inadvertently reposts unverified information and her followers and friends cause a viral spread of the false message. Moreover, an average individual, caught up in a certain flow of information, essentially becomes subordinate to it. And although this subordination is not always obvious, especially when it is accompanied by active interaction within the social «bubble», when the narratives shared by the participants of the bubble resonate in the mind, it creates the illusion of choice and intellectual freedom while in fact perpetuating a silo mentality.

One way or another, from the standpoint of media education, there is often a sense that there is society, on the one hand, and «malicious» media, on the other. This view contrasts sharply with the mood within journalistic circles, which for the most part, associate their activities with serving society or, at the very least, meeting its information needs. However, we must recognize that the media as a public institution with its written and unwritten editorial rules, algorithms of social networks, and many self-deploying projects, indeed have a certain self-sufficiency and autonomy, which we will try to explain through the prism of «*semiocentrism*» [1] and «*pathogenic text*» (PT). We will also compare it with a more common concept in the English-language academic mainstream, one of «harmful» content. The four points below outline our basic understanding of the pathogenic text.

1. The concept of «pathogenic» can have a neutral connotation, contrary to some readers' expectations.
2. Connection with the idea of *noocenosis*.
3. Latent text.
4. Consideration of the concept of pathogenic text and *noocenosis* as possible elements of the methodology of media research in general and the philosophical foundation of media education in particular.

The word «text» is used in two meanings: the first – metatext, which essentially defines human life, and the second – is the usual understanding of the text as a means of communication along with video, graphics, or audio. The first, i.e., philosophical meaning, will be capitalized, as 'Text'.

### Dissemination of the Concept and its Critique

First of all, we would like to thank many researchers, primarily Ukrainian, who analyzed the problem of *pathogenic text* (PT) in their works or used this concept in their research, most notably *Kateryna Serazhym, Ihor Mykhailyn, Serhiy Kvit, Oleksandr Fedorov, Floriy Batsevych, Maryan Zhytaryuk, Tetyana Kuznetsova, Emilia Ogar, Yuriy Bidzilya, Natalia Gabor, Volodymyr Demchenko, Myroslava Chabanenko, Maria Butyrina, Natalia Voitovych, Svitlana Boyko, Natalia Lishchynska, Paraska Dvoryanyn, Oksana Kosyuk, Pavlo Alexandrov, Iryna Kyryk, Liliya Shutyak, Yuriy Vaskivsky, Maryana Kitsa, Olga Rak, Svitlana Boyko, Maryna Kononenko, Maryna Osyukhina, Oleksandra Andreeva, Svitlana Melnyk, Anastasia Kovalevska, Maya Nagorniyak, Anna Sulim, and Lyudmyla Teodorska*. We would also like to use this opportunity to thank other scholars who might have used the term and analyzed the issue of PT. References to some relevant publications by these authors are provided [2].

Some authors, such as Maya Nagorniyak, made the concept and classification of PT part of the

methodological framework of their research (Nagornyak, 2013). Others have sought to elaborate the concept of the PT itself by building on or, indeed, criticising our classification.

Larysa Massimova offers her own criteria, notably a textual strategy that wastes the reader's very real-time. The formal sign of such a strategy is the violation of the Spatio-temporal interaction (continuum) of the text, as a result of which the real image of the world is distorted" (Massimova, 2010).

Svitlana Boyko (The Institute of Psychology of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine) summarises a discussion around this concept in her article *Functional Analysis of Pathogenic Texts: on the Problem of Psychological Aspects of Media Education*: «A further development of the topic has exposed all the complexity and depth of the problem. While Kateryna Serazhym («Journalistic Text of pathogenic nature») pursues her research in the traditional way, focusing on the manipulative nature of the PT, Floriy Batsevich believes that «the identification of the pathogenic text defies distinct criteria and is, therefore, largely subjective» («Fundamentals of Communicative Linguistics», p. 153). B. Potyatynyk himself, in his work «Media: Keys to Understanding», develops the idea that any text is ultimately pathogenic. In our opinion, the concept of pathogenic text has a non-linear nature and specific features of hypertext, i.e., it «contains a system of connections and transitions that can lead to unexpected conclusions» (Boyko, 2011).

We tend to agree with Svitalana Boyko about the nonlinear nature of the PT. Moreover, our considerations about the almost detective story of the identification of the PT and its elusiveness essentially point to its nonlinearity (we, however, approach it in a slightly different way and will return to it later on in the context of the *noocenosis*). Finally, in our update, we will revisit the said nonlinearity and somewhat expand on it conceptually.

### (Non) Pathogenic Text

In scholarly discourse, the text has dozens of definitions and interpretations. Here we talk about a semiotic text. A text that resonates in the mind, as schematically described in the Frege triangle (sign-denotation-concept), i.e., a text that produces, perceives, comprehends, interprets, etc. human consciousness. Traditionally, in semiotics, in addition to alphabetic or hieroglyphic writing, pictures, notes, videos, music, rituals, digital messages, tables, and so on also constitute text, i.e., everything that is perceived by consciousness. By the same token, electronic, digital, or cybernetic forms of 'consciousness' also qualify as text today.

Current thinking in many areas of humanities leads us to understand the term «Text» as all the information we receive through the senses. Given that writing originated from icons, pictographs, conditional drawings, and the like, we have to acknowledge that a series of «moving» images offered by movies or television is also Text. This begs the question of what is the fundamental difference between virtual images of television and real pictures of surrounding reality? This is not an easy question to answer, especially when you consider the latest technological advances that create the illusion of reality. This is the reason why at one point, an idea emerged to view as Text any information that a person receives through any channels of perception. Indeed, internal information – memory and cognition – can also be subsumed here, information that is integrated with what comes from the outside and ultimately winds up on the «screen» of our consciousness. The emergence of new technologies, which have made computer-human interfaces increasingly sophisticated through the use of brain chips, Neuralink being just one example, effectively eliminates the difference between internal and external information.

In this sense, a starlit sky is also a Text. However, to avoid the pitfalls of such a broad interpretation, we will draw a distinction based on the text's origin: an essential hallmark of the semiotic Text is its man-made nature. We are talking about semiotic systems produced by man or



his electronic (cybernetic) tools. The latter (bots, artificial intelligence), as we know, can generate Text autonomously, «at their discretion», although man is capable of programming this «discretion». At least for now. So with AI, we are dealing with indirectly man-made content.

Now a few words about the concept of pathogenic Text. We do not find such a term in English-language literature. Instead, the concept of «harmful content» is used [3]. But in fact, it is a narrow interpretation. Pathogenic does not necessarily mean harmful, and we will try to show this, particularly in the context of *noocenosis*.

«Pathos», from which «pathogenic» derives, in translation from Greek, means suffering. From this (etymological) standpoint – which is obviously very arbitrary – the current semantics of «pathogenic» (such that it causes suffering) is quite close to its roots. This sense, however, cannot be automatically conflated with the meaning of «harmful». The pathogenic text does not necessarily presuppose «harmful content» in and of itself. There is no denying that Jesus' Sermon on the Mount, which is widely interpreted as calling for a radical change of behaviour and a revolution of values, can cause suffering — like any major change or, indeed, revolution, for that matter. After all, as Siddhartha argued, «Life is suffering». The kind of intellectual dramaturgy these considerations are connected with the ambiguity or, more precisely, the elusiveness of the PT.

It seems evident that a Text, like a virus, can significantly change the program of human functioning, bringing, for example, not only the joy of creative inspiration but also causing suffering. To prove this, one does not need to resort to extreme examples, such as religious war or other ideological motivations. Note that such diverse phenomena as the evolution of civilisation, the search for meaning in life (as well as frustration along the way, even suicide) are closely related to the functioning of the Text. That is, the pathogenicity of the Text and its ability to cause suffering may be baked into the human condition. It is kind of a trade-off for a highly developed intellect, consciousness, and civilisation.

The first step is to determine what kind of deviations the Text can generate. Physical? Mental?

Changes in the way of life and, consequently, in people's physiology, which came with the emergence of, say, writing and subsequent development of the media, are obvious. They contributed to the fact that man was excluded from nature, as it were, at the same time being placed above it and opposed to it. And the tragedy of this truth is that man, fighting it out with nature, has nevertheless remained part of it, which essentially means he has been in competition with himself. One is tempted, therefore, to claim that any Text is pathogenic.

Against the background of the philosophy of existentialism, positing that the Text and the related intellect are a disease – a disease of nature and of a living being, will hardly sound like a revelation. In the Biblical sense, the Text and the intellect can be seen as a sin and, at the same time, as a punishment for the banishment from Paradise. As we know, the Lord forbade the first people to take fruit from the tree of «knowledge of good and evil» (Genesis, 2.17). The informational meaning of the forbidden fruit was also epitomised by the Tempting Serpent. Awareness of nudity from today's perspective may look, of course, dramatic as it marks a transition from an unconscious paradise of an animal to a conscious awareness – and therefore suffering – of a human. Consciousness is a way out of the animal «paradise». However, much more tragic was the realisation of evil, sin, and, most importantly, death, the finiteness of existence («Dust you are and to dust you shall return», Genesis 3:19). The Text and the related intellect have, in a sense, disrupted human life. They have filled it with anxiety and suffering, and in this sense, we can talk about the text and the associated intelligence as an affliction. That said, we have hopes, dreams, and a romantic path to the unknown, and all this is also inextricably linked with the intellect. Given this duality, and if we agree that the Text is pathogenic and the intellect is the affliction it leads to, most people would say it is a beautiful incurable disease.

Harmful, as noted above, is not always pathogenic. If we interpret pathogenic as «harmful», the simplest way to identify pathogenic text is by looking at it through the prism of law and

morality. From this perspective, the problem of PT can be solved if one abides by the laws and ethical norms adopted in any given country. From this viewpoint, the text that is prohibited by law or does not fit into the framework of the dominant public morality should be considered harmful. According to the formula «harmful is what is prohibited by law», the approach to the problem of pathogenicity is temptingly convenient and straightforward. But on closer inspection, it is easy to see that such an approach would be too one-sided. And it is easy to prove. Take, for example, the texts of totalitarian journalism in Nazi Germany, the USSR or in modern Russia. If you take a series of texts, their detrimental effect on the mental health of the nation and the rest of the world is undeniable. However, such texts did not contradict the legislation adopted in these countries. Works of Ukrainian dissidents of the 1960s were seen as anti-Soviet, which is to say harmful from the perspective of the Soviet state. At the same time, their writing – which reflects their fight – is rightly viewed now as heroic by most historians in independent Ukraine and beyond.

Thus, as we can see, the question of identifying any given text as either harmful or pathogenic is not entirely straightforward. Part of the reason is its isomorphism, fluidity, elusiveness, etc. This calls into question the appropriateness or efficacy of censorship, which is especially true if we consider that banning a particular text is probably its best endorsement. Everyone is well aware of how much publicity is generated when content is marked with labels like «Banned from television» or something similar.

A brief review of the history of censorship leaves no doubt that not all prohibitions were caused by the selfish motives of specific individuals who sought to retain their power and influence. Many of these prohibitions were born out of anxiety and concern about the pathogenicity of particular literature, which can push a person (recipient) to moral and spiritual degradation. Censorship understood as an attempt to control information flows, was often motivated by benign intentions. Prime examples of the pathogenicity of a text that did not initially seem to be considered harmful are the texts carrying utopian-communist ideas or revolutionary maximalism.

### ***Noocenosis*: Brief Notes on the Concept**

The term «biocenosis» is generally attributed to Karl Mobius, a German biologist who first proposed it in 1877 to describe a set of plants, animals, and microorganisms that inhabit a specific area of land or water. All of these microorganisms are in contact with each other and the environment. Although direct analogies would be too simplistic, we can still talk about dynamic textual and informational structures that operate like a biocenosis.

Like biocenoses, any link in the *noocenosis* is necessary for the general information cycle. *Noocenoses* have their centres of attraction – the dominant cultural values, including the language of communication – and their ecotones, i.e., transitional zones. The development of global media, such as the Internet, can lead to the disintegration of traditional ethnic-territorial *noocenoses* and new ecosystems emerging, ones that are less associated with a particular area. At the turn of the twentieth, but especially the twenty-first century, local information systems merged to form a single planetary dynamic system capable of sensitively responding to any information disturbances.

The complexity and ambiguity of the concept of pathogenic text reduce to almost zero the possibility of drawing analogies with natural ecology. Contaminating water with petroleum products or releasing life-threatening substances into the atmosphere is considered to be definitely harmful. The question of the harmfulness of the Text is not as simple as it may seem.

In the study of *noocenosis*, it is reasonable to expect that at the initial stages, researchers are going to borrow well-established terms that biologists commonly use to describe biocenosis: producer and consumers organisms, ecological niches, levels and tiers occupied by microorganisms, plants, and animals such as herbivores and predators, a saturation of the biocenosis. The latter characterizes the fullness or absence of certain vital links, which can be extrapolated into the

information sphere. For example, in the *noocenosis* of Ukraine, compared to North American and Western European countries, the niche of analytical quality journalism is insufficient. At the same time, the segment of advertising or popular entertainment media is oversaturated.

The *noocenosis* can thus be analysed from different perspectives: quality and popular media, competition between various media (text, video, audio, television, radio, new media), themes that are addressed (economics, culture, politics, sports), etc.

It is difficult to deny that there is also a kind of eco-balance in the field of information. For example, the popular press is being criticised in intellectual circles. However, on the other hand, it has a significant impact on the quality of the media. We should not forget that the yellow press started such important media phenomena today as sports journalism or women's pages, i.e. it has contributed to a certain balance in the coexistence of different intellectual currents, genres, and views.

The concept of *noocenosis* can evoke associations with the media ecology, which, according to Neil Postman, «looks into the matter of how media of communication affect human perception, understanding, feeling, and value; and how our interaction with media facilitates or impedes our chances of survival. An environment is, after all, a complex message system which imposes on human beings certain ways of thinking, feeling, and behaving» (Postman, 1970).

And yet, despite the different natures of biocenosis and *noocenosis*, it is still useful to resort to analogies.

Take, for example, the phenomenon of waterlogging. There were times when various countries, including the former Soviet Union, tried to drain wetlands and turn them into pastures or arable land. In other words, marshland was considered undesirable. This view has now changed drastically, with Germans looking to restore the lost marshlands in the Elbe area, as it is believed that they can, to a considerable degree, prevent catastrophic flash floods. Wetlands are able to trap rainwater by sopping up excess water and even filtering it through a layer of peat. In this way, the groundwater level is regulated. In addition, according to biologists, wetlands have an impact on the reduction of carbon dioxide in the atmosphere, thus slowing down global warming.

The same attitude towards «undesirable» phenomena, in our view, can be extrapolated to the system of *noocenosis*, to the so-called «swamps» of the information sphere. What immediately comes to mind here is information phenomena that tend to cause irritation, distress and, indeed, outrage, in some segments of society: screen aggression and violence, erotica, advertising and the like. In our view, however, these should be treated as an integral part of the *noocenosis* that naturally develops in society. This is not to suggest that excessive proliferation of these areas cannot become threatening under certain conditions and upset the *noocenosis* balance. It certainly can, and if and when it does, the restrictive action of legislative, media-critical, or moral-ethical institutions is a natural response. But in any case, this reaction must consider statistical and sociological research designed to answer whether the *balance* has been disturbed and to what extent. On the other hand, it is essential to point out that nothing in the information space should be seen as sacrosanct or a holy cow. *Competition* between different text streams and a reaction to the excessive expansion of one of them are also natural.

Let us take – for the sake of argument – erotically tinged themes, which have claimed more and more media space since TV emerged as the most influential medium. We can, of course, agree with David Herbert Lawrence, contrasting «good» erotica with «bad» pornography (Lawrence, 1948). Still, there is no getting away from the transgression with which Georges Bataille associates erotica, i.e. crossing boundaries, prohibitions, an almost mystical experience of immersion in an erotic experience (Bataille, 1986). Before us is a continuum that is not subject to a clear demarcation, a neat division into good and bad parts. Pathogenic text, therefore, as a philosophical concept *should not be equated* unequivocally with a harmful text in a legal sense.

Or another example. Promoting a healthy lifestyle or patriotic feelings, especially when a war

is being fought, may be appropriate, as opposed to unrestrained propaganda, an exaggerated and blanket information campaign backed by tight control and repression, as was practiced in the former Soviet Union, and is the case in present-day China, North Korea, Russian Federation, etc.

Or yet another example: fakes that have always «lived» in the *noocenosis*. Over the past decade, their explosive and unbridled proliferation has raised alarm bells with media criticism and media literacy, which are tasked with verifying and restricting the flow of false information. But as such, fakes have always been there, in limited amounts. There have always been April Fools' hoaxes and strains of humour that got under the skin of many. When considering these and other similar topics, it is essential to examine the ecological picture within the *noocenosis*: What is the status of these topics? Is there anything that counterbalances them? And most importantly, is the dynamic within it on track to achieve or return to equilibrium?

When thinking about the *noocenosis*, it is difficult to avoid the notion of text replication. Almost half a century ago, Richard Dawkins published his «The Selfish Gene» (Dawkins, 2016). The author resorted to a somewhat risky analogy for a biologist: the famous 11th chapter introduced the concept of meme – a cultural replicator. According to the author, the meme – like the gene that inhabits and subordinates living organisms to replicate – also exploits the human psyche for the sole purpose of survival and reproduction. Dawkins' followers built a whole branch – memetics, which never gained a recognised scientific status.

*Noocenosis* requires conceptualisation. Different information levels and tiers, their saturation and occupancy can be «exported» from the biosphere to the noosphere. However, significant differences immediately catch the eye and we do not have to go far to see them. Let us take, for one, the concept of producers and consumers. In biology, these are reasonably well-defined and stable categories, whereas in the *noocenosis*, things are far more complicated. For example, in the age of social networks, viewers, listeners, and readers cease to be pure consumers contributing to text production. And what can we consider agents or components of the *noocenosis*? Video, audio, text? Thematic streams? Or symbiotic entities that are the result of the interaction of the human psyche and textual structures?

In short, we have a more fuzzy dynamic system with mutual transitions and intertwined information flows. What follows from this is that the concept of *noocenosis* will require appropriate terminology and rigorous research methods.

Is the *noocenosis* subject to regulation?

It seems that this question is somewhat irrelevant because we are part of the *noocenosis*. As the saying goes, «Do not ask fish about the properties of water», a quote attributed to Marshall McLuhan. On the other hand, the description and analysis of the *noocenosis* seem to put us above it and prompt certain attempts at regulation. They are often misguided, especially in the case of unceremonious intrusiveness and imposition, such as those practiced in Nazi Germany or the USSR. They proceeded from the fact that the text is a human creation and that the creator is completely controlling his creation.

However, the idea that some people seem to be able to control text creation by other people is entirely illusory. Meanwhile, this illusion has played and continues to play a disastrous role in human history. For millennia, it has been thought that the text can be controlled in the most vulgar ways, for example, by withholding certain information or destroying massive amounts of «harmful» text (preferably together with its biological carriers). The criteria for «harmful» or, conversely, «beneficial» text have always been readily available. This somewhat erroneous view has been used to build a relationship between man and text over the five millennia of written history. For the most part, this view still holds.

### Semiocentrism

In our view, the notion of *semiocentrism* and latent text will also be necessary if we are going to get to the bottom of what *noocenosis* is.

The impact of the Text on a person can be considered on two levels.

The first is the level of content, of what we perceive and what we are talking about. However, if we were to abstract from the specific meaning of words, we would discover a more profound, as it were, «physical» dimension of the Text as a specific matter, a certain essence, programmed to grow, to build «mass» at the expense of human energy.

If we view this issue from the perspective of Christianity, only a tiny part of the information, particularly the first words (or the Word, which, according to the Bible, was original), can be considered a pure act of expression. All the following words, by and large, are the product of two parents – Man and the previous information, the previous Text, which in some way adjusted the human consciousness, or in other words, «fertilized» it. It may be true that man has control over Text. So is the fact that the Text, understood as all information surrounding us, keeps a person under control, by programming his psyche and stimulating his thinking accordingly.

PT, in this sense, is a semiotic structure that has built-in mechanisms of reproduction and self-expansion. The mass of this Text has been growing throughout the history of humanity, and the more it captivates us, the more it stimulates the feverish, exponentially accelerating creation of new texts. In this sense, modern man will never get rid of the text virus in his life. I would go even further and speak about enslavement by the Text.

The history of human civilisation can be interpreted in terms of the self-development of specific sign-symbolic structures, including man. We consider *semiocentrism* as one of the perspectives when it comes to views on the text. Today, these views are unconditionally dominated by anthropocentrism: the text is a product and, at the same time, a tool of man in achieving his goals in the field of communication. In theological sciences, of course, the central place is occupied by *theocentrism*. It is worth noting that another perspective – *semiocentric* – without replacing or displacing the previous ones can be a good addition, lending media research multidimensionality and volume.

Moreover, it can offer a completely different look to the concept of noocenosis. After all, it is not just about heterogeneous «letters of happiness». While such a letter pushes only two of our buttons – the fear of negative consequences and the hope that sending it to new recipients will bring good luck – other texts make our mind play out all kinds of narratives, pushing the buttons of kindness, courage, optimism, desire for self-realisation, etc. These texts replicate, as was noted before, by exploiting human psychological resources or cybernetic resources of electronic systems. Many projects in history have been, in fact, a kind of happiness letters playing out in the semiosphere, the World Wide Web is one of them.

The thesis that we are constantly in the grip of discourses that we do not seize the idea, but the idea seizes and drives us instead, is not new. After all, people often believe that they are guided by providence, that they are fulfilling some mission (creative, political) entrusted to them by a higher power. The idea that man is not an actual and full-fledged agent when it comes to text creation is very old. In the interpretation of French structuralists (R. Barth, K. Levi-Strauss, J. Lacan), such a subject is anonymous structures, a discourse that programs us. This question is directly addressed by Michel Foucault: «What is the author? (...) We can easily imagine a culture where discourse would circulate without any need for an author. Discourses, whatever their status, form, or value, and regardless of our manner of handling them, would unfold in a pervasive anonymity» (Foucault, 1969). However, the key to the poststructuralist view of this issue was Roland Barthes's essay «The Death of the Author» (La mort de l'auteur, 1967). At the beginning of the essay, Bart analyses a quote from Balzac's short story, which expresses a romantic passion for women. The question of who owns this statement – Balzac, his character, or whether it naturally follows from the discourse of the era? – remains open. Like the ancient narrators of fairy tales, the writer, as Bart believed, is

only a scribe, a mediator who transmits, composes, and recomposes the fragments that come to mind. Moreover, these fragments come from different spheres and cultures, entering into a relationship of cooperation or competition in the writer's imagination. In the essay, as mentioned earlier, Bart reinforces his reasoning with a reference to Mallarmé, who openly advocated the elimination of the author's cult of poetry, believing that the actual author is his language (Barthes, 1977).

The German sociologist and philosopher Niklas Luhmann developed a vision of the media as an autonomous recursive and self-referential system («Media reproducing themselves as a system») that constructs social reality. Moreover, in his understanding, reality is not constructed by people, as thinking individuals, but by the media itself, as a self-reproducing system that uses human neural or cybernetic resources (Luhmann, 2000).

As we can see, the tradition of denying or belittling the agency of human consciousness has a long history.

From this point of view, the concept of *semiocentrism* is a generalisation of many theoretical conjectures about the illusory role of the author that – hopefully – provides logical reasoning about the subject-object relationship between Man and Text.

From such a *semiocentric* perspective, mediatisation can be regarded as an arbitrary proliferation of semiotic flows, which are, for the most part, independent of human will. In addition, we propose to consider semiosis at three hierarchical levels: physical, biological, and at the level of human consciousness.

However, a sizeable amount of this material compels us to put it in a separate publication tentatively entitled «*Semiocentrism* in the methodology of media research».

### **Latent Text**

At the end, we will share some considerations about actual and potential semiotic systems, about «living» and «dead» text, and, first of all, about texts that we call latent.

One of the most prominent names in Assyriology, particularly in the history of deciphering the famous cuneiform texts – which at the end of the eighteenth century were collecting dust in the Louvre and the British Museum – was Georg Friedrich Grotefend (1775–1853). Once, in his youthful zeal, he got into an argument with a friend, as a result of which he made a bet that he could decipher inscriptions that no one understood – Sumerian cuneiform. At the time, some even suggested that those were not even letters but decorative ornament. Indeed, for George himself, copies of cuneiform were initially a set of dead characters. He had no idea how to approach and much less to read them: from left to right, from right to left, or from top to bottom. Less than six months on, however, the dead text spoke.

The ancient and completely forgotten Sumerian cuneiform, before its interpretation by Grotefend, was not in the semiotic space of human consciousness. The ancient Egyptian hieroglyphic script was in a similar situation until, in 1799, the Napoleonic military found the Rosetta Stone, a stone tablet or stele on which the decrees of the Memphis priests were engraved in three languages, including ancient Egyptian and ancient Greek. It was an important clue that helped experts understand and learn about the whole world of ancient Egypt, whose writing for one and a half thousand years had remained undeciphered, incomprehensible, which is to say, latent.

Alternatively, let us now turn to relatively recent examples – the famous gold-anodised plaques with information about Earth and earthlings intended for aliens. The persistent efforts of Carl Sagan (an American astronomer and populariser of science whose parents emigrated to the United States from the town of Sasiv, near Lviv, before WWI) finally paid off when, in 1972–73, these plaques were sent into outer space aboard NASA unmanned spacecraft, Pioneer-10, and Pioneer-11. The former has now left the solar system and will pass relatively close to the star Aldebaran in about two million years. Of course, it is an open question whether there will be someone to read the epistles of the earthlings when they get there. But even if the answer is yes,

there were discussions prior to the launch as to whether the aliens would understand, say, what the arrow means. The fact is that the spacecraft's route is marked on the plaque by an arrow in the direction of Jupiter and beyond – outside the solar system. Opponents have argued that the arrow, a purely human artefact derived from the ancient cultures of hunter-gatherers, may be utterly incomprehensible to hypothetical aliens. And what about more complex characters? Later, in 1977, an improved version of the message was launched into space – the Golden Disc of Voyager: a collection of 115 images and sounds of the planet, including musical selections from Bach, Mozart, and Beethoven, words of the US President (Jimmy Carter), and UN Secretary-General (Kurt Waldheim) and greetings in different languages, including Ukrainian. Incidentally, long before that, in 1962 to be precise, words «Peace» and «Lenin» were sent into space by the USSR via a radar station using Morse code.

Today, even on Earth, not everyone is familiar with the names «the USSR» and «Lenin». For a segment of the world's population, these are latent texts. There is a strong probability that, in two million years, the text on the golden record from the Pioneer probe will seem similarly latent to whomever it finds its way to in the vicinity of Aldebaran if it ever gets there, to begin with. And incidentally, not only for hypothetical alien recipients but also for people here, on Earth, provided that humans survive until then.

All of this comes down to the idea that much of the text always remains outside the process of semiosis. Vast arrays of text remain latent, i.e. incomprehensible and unconscious, like a text that has been produced but not yet sunk into the collective psyche, i.e., does not yet resonate in the collective consciousness or, at best, resonates in a minimal part of the public. This issue – together with the question of texts transitioning from latent to active – should be primarily addressed and included in the descriptions of the structure of the *noocenosis*. To what extent is the text latent, and how do we go about measuring it? Do we take into account the number of views, and the number of purchased or borrowed books? Furthermore, what is a 100 percent latency? These issues are yet to be explored.

### **Philosophy of Media Education**

Media education has a philosophical foundation of its own, which is yet to be developed.

In this context, the concept of PT, based on the ideas of *noocenosis*, may be relevant to the philosophy of media education. However, such an approach may cause some confusion among media educators. After all, our understanding of the PT has little to do with criticism and classification of discursive phenomena, which are considered harmful (for people's sensitivities). On the other hand, the concept of *noocenosis* does not exclude a critical perception of it and/or attempts to limit information flows that are expanding too rapidly, threatening to upset an overall balance. However, this limitation should be seen in the context of a self-regulating *noocenosis* and a natural competition between different text streams, trying to move away from a narrowly selfish anthropocentric approach and recognising that the text may be pathogenic – under certain circumstances – for only some subjects or categories of subjects, biological or electronic. For example, pornography is prohibited by law in Ukraine. On the other hand, it is believed that it can be used for therapeutic purposes to help people with disabilities or people who suffer from sexual problems. As for screen violence (movies, computer games), there is no definitive scientific proof that it causes an increase in aggression in real life [4]. At the same time, what we do consider unequivocally harmful is the very philosophy of prohibition and censorship.

### **Brief Conclusions**

As we can see, the concept of pathogenic text has been incorporated in some media studies since its introduction in 1996. In our view, the attempt by various authors to separate a purely applied understanding of the *pathotext* (based, say, on legal restrictions and prohibitions) from its

neutral philosophical interpretation no doubt deserves attention. Pathogenic text is not necessarily synonymous with malicious text. We tend to think that *noocenosis* has many niches for various text creations working on different levels, within different intellectual registers, and serving all kinds of purposes, which compete for the attention of potential audiences.

To understand the *noocenosis*, the idea of equilibrium in this competition is crucial, an equilibrium being a condition that is constantly upset and restored. At the same time, we should not forget that one of the drivers of this competitive media reality is the built-in ability of the Text to automatically – with the use of mental and cybernetic resources – replicate and expand. This is what Richard Dawkins meant when he wrote about the meme as a «selfish gene» in the field of culture, or Douglas Rushkoff in *Mediavirus* (Rushkoff, 1996).

We have sought to bring this and similar interpretations of the text under a single umbrella – *semiocentrism*. That is, *semiocentrism* and *noocenosis* are the fundamental concepts of our understanding of the *pathotext*. These observations, however, may reflect the author's subjective view. It may well be that fellow researchers that choose to take up the issue of *semiocentrism* will take the conceptualisation of the proposed methodology in another direction entirely.

### Notes & References

1. The ideas of *semiocentrism* and *noocenosis* are described in more detail in our books *Media: Keys to Understanding* (Потятиник, Б. (2004). *Media: ключі до розуміння*. Львів: ПАІС, 312.) and Potyatynyk, Borys. 1997. *Ekologiya noosfery*. Lviv: Svit. Ukr: Потятиник Б.В. Екологія ноосфери. Львів: Світ. 1997). However, as it seemed to us at the time, this material did not fit the structure of the book very well, so it was decided to present it in the form of a digression, as a secondary theme. In this article we present our current thinking on this issue.

2. Here is a short list of publications whose authors use the concept of «pathogenic text», include it in their research methodology, criticize our initial interpretation of the term or develop their:

### Література

- Александров, П.М. (2019). *Медійні інтерпретації сучасних загроз [Media Interpretations of Modern Threats]*. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій). Львів, In URL: <https://lnu.edu.ua/thesis/aleksandrov-pavlo-mykolaovych/> (дата звернення 12.05. 2023) [In Ukrainian].
- Бацевич, Ф. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики [Basics of Communicative Linguistics]*. К. : Академія, 2004. 344 [In Ukrainian].
- Бойко, С. (2011). Функціональний аналіз патогенних текстів [Functional Analysis of Pathogenic Texts]. *Наукові записки Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*, Вип. 39, Київ, 62-73. In URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32306516.pdf#page=62> (дата звернення 12.06. 2023) [In Ukrainian].
- Бідзіля, Ю., Тарасюк, О. (2004). Патогенна інформація на сторінках всеукраїнської газети «Факти» [Pathogenic Information on the Pages of the Ukrainian Newspaper «Fakty»]. *Науковий вісник Ужгород. унів-ту. Сер. Філологія*. № 9. 116–120 [In Ukrainian].
- Бутиріна, М. (2014). Масова комунікація як об'єкт медіапсихологічних досліджень [Mass Communication as an Object of Media Psychological Research]. *Вісник Львівського Університету. Серія «Журналістика»*. №39. 26–30. In URL: [http://prima.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk39/Visnyk\\_39.pdf](http://prima.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk39/Visnyk_39.pdf) (дата звернення 14.05. 2023) [In Ukrainian].
- Кіца, М. (2014). Критерії та ознаки патогенної реклами в українських ЗМІ [Criteria and Signs



- of Pathogenic Advertising in Ukrainian Mass Media]. *Теле- та радіожурналістика*. Львів, Випуск 13, 241–246 [In Ukrainian].
- Кононенко, М. (2015). Патогенні тексти на шпальтах місцевих газет [Pathogenic Texts in the Columns of Local Newspapers] *Медіанпростір*, 8, 144–147. In URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/8531/1/Kononenko.pdf> (дата звернення 15.04. 2023) [In Ukrainian].
- Ковалевська, А. (2020). Ідентифікація патогенних текстів: українські реалії [Identification of Pathogenic Texts: Ukrainian Realities]. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філологічні науки*, №14, 79–82. In URL: [http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2020/NV\\_2020\\_14/17.pdf](http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2020/NV_2020_14/17.pdf) (дата звернення 12.03. 2023) [In Ukrainian].
- Квіт, С. (2018). *Масові комунікації [Mass Communications]*. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 352. In URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf> (дата звернення 12.08. 2022) [In Ukrainian].
- Ліщинська, Н. (2016). Патогенний текст як засіб масової маніпуляції [Pathogenic Text as a Means of Mass Manipulation]. *Документ у збереженні індивідуальної / соціальної пам'яті: Збірник наукових праць*. In URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/6713> (дата звернення 12.08. 2022) [In Ukrainian].
- Масімова, Л. (2010). Критерії патогенного тексту [Pathogenic Text Criteria]. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, Т. 41, 152. [In Ukrainian].
- Михайлин, І.Л. (2008). *Журналістика як всесвіт: вибрані медіадослідження (Борис Потятиник: семіоцентризм як інформаційна модель світобудови) (Journalism as a Universe: Selected Media Studies (Borys Potyatynuk: Semiocentrism as an Information Model of the World Structure))*. Харків, 469–477 [In Ukrainian].
- Нагорняк, М. (2013). Патогенність у змістовому компоненті інформаційних повідомлень на радіо [Pathogenicity in the content component of information messages on the radio]. Київ, *Наукові записки інституту журналістики*, т.52, 86–91. In URL: [http://journ.knu.ua/periodyka/pdf/nz/nz\\_52.pdf](http://journ.knu.ua/periodyka/pdf/nz/nz_52.pdf) (дата звернення 12.06. 2023) [In Ukrainian].
- Огар, Е.І. (2007). Дитина і зло у сучасному медійному просторі: конструктивні і деструктивні складові взаємин [Child and evil in the modern media space: constructive and destructive components of relationships]. *Вісник Сумського державного університету, Серія Філологія*. № 1, Т.1, 56–60. In URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/10116> (дата звернення 12.02. 2023) [In Ukrainian].
- Осюхіна, М.О. (2018). *Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів [Media and information literacy as a component of modern information and communication exchanges]*. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій, Дніпро. In URL: [http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation\\_5b9e2dfa48400.pdf](http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_5b9e2dfa48400.pdf) (дата звернення 12.02. 2023) [In Ukrainian].
- Рак, О.Ю. (2015). Патогенна та маніпулятивно-комунікативна інтенція впливу медіатексту на деструкцію свідомості людини [Pathogenic and manipulative-communicative intention of the influence of media text on the destruction of human consciousness]. *Парадигма пізнання: гуманітарні питання*. 5 (8). In URL: <http://naukajournal.org/index.php/Paradigm/article/view/586> (дата звернення 15.05. 2023) [In Ukrainian].
- Серажим, К. (2010). Журналістський текст патогенного характеру [A Journalistic Text of a Pathogenic Nature]. *Держава та регіони : науково-виробничий журнал*. № 2. 161–171.

- Сулім, А.А. (2015). *Медіакритика в Україні: функції, тематика, проблематика [Media Criticism in Ukraine: Functions, Topics, Issues]*. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій. Дніпропетровськ. In URL: [http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation\\_5653aa44bab2a.pdf](http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_5653aa44bab2a.pdf) (дата звернення 12.04. 2023) [In Ukrainian].
- Теодорська, Л. (2018). *Дитяча аудиторія як адресат і посередник в рекламній комунікації [Children's Audience as an Addressee and Mediator in Advertising Communication]*. Автореферат дисертації. Київ, 2018. In URL: [http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Teodorska-L.I.\\_avtoreferat.pdf](http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2018/11/Teodorska-L.I._avtoreferat.pdf) (дата звернення 14.04. 2023) [In Ukrainian].
- Васьківський, Ю. (2012). Патогенність рекламного тексту в українському медіапросторі: шляхи викорінення [Pathogenicity of Advertising Text in the Ukrainian Media Space: Ways of Eradication]. In URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/4763/4790> (дата звернення 12.03. 2023) [In Ukrainian].
- Войтович, Н. (2021). *Правові, етичні та соціально-психологічні аспекти політичної реклами як складової соціальних комунікацій [Legal, ethical and socio-psychological aspects of political advertising as a component of social communications]*. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій, Дніпропетровськ. In URL: [http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation\\_6085983541579.pdf](http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_6085983541579.pdf) (дата звернення 12.03. 2023) [In Ukrainian].
- For example, published in May 2021 the *Draft Online Safety Bill* imposes a «duty of care» on social media companies, and some other platforms that allow users to share and post material, to remove «harmful content». In URL: <https://www.bbc.com/news/technology-57569336> (12.01. 2023).
- See, for example: Freedman, J. (2002). *Media Violence and Its Effect on Aggression: Assessing the Scientific Evidence*. University of Toronto Press.
- Barthes, R. (1977). *The Death of the Author*. London: Fontana, 2-3. In URL: <https://sites.tufts.edu/english292b/files/2012/01/Barthes-The-Death-of-the-Author.pdf> (12.03. 2023).
- Bataille, G. (1986). *Erotism, Death and Sensuality*. Translated by Mary Dalwood. San Francisco: City Lights Books. In URL: [https://monoskop.org/images/a/a8/Bataille\\_Georges\\_Erotism\\_Death\\_and\\_Sensuality.pdf](https://monoskop.org/images/a/a8/Bataille_Georges_Erotism_Death_and_Sensuality.pdf) (12.03. 2023).
- Buckingham, D. (1998). «Media Education in the UK: Moving Beyond Protectionism». *Journal of Communication*, Volume 48, Issue 1: 33–43. In URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02735.x> (12.03. 2023).
- Dawkins, R. (2016). *The Selfish Gene: 40th Anniversary edition*. Oxford University Press. 457.
- Foucault, M. (1969). «What is an Author?» *Modernity and Its Discontents*. Open University, 314. In URL: [https://www.open.edu/openlearn/pluginfile.php/624849/mod\\_resource/content/1/a840\\_1\\_michel\\_foucault.pdf](https://www.open.edu/openlearn/pluginfile.php/624849/mod_resource/content/1/a840_1_michel_foucault.pdf) (13.03. 2023).
- Halloran, J. and Jones, M. (1992). «The inoculation approach». *Media education: An introduction*. London: BFI, pp. 10–13.
- Lawrence, G. (1948). «Pornography and Obscenity». *Outcast Chapbooks*, 13: 266. In URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-8705.1961.tb01150.x> (12.03. 2023).
- Leavis, F. R. and Thompson, Denys. (1948). *Culture and Environment: The Training of Critical Awareness*. London: Chatto & Windus. In URL: <https://www.amazon.com/CULTURE->

- ENVIRONMENT-Training-Critical-Awareness/dp/B002K6COYC (13.03. 2023).
- Luhmann, N. (2000). *The Reality of the Mass Media*. Stanford University Press, 1,76,77,106.
- Masterman, L. (2003). *Teaching the media*. Routledge, 17. In URL: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/58699/1/16pdf.pdf> (12.04. 2023).
- McGuire, W. (1961). «Resistance to persuasion conferred by active and passive prior refutation of same and alternative counterarguments». *Journal of Abnormal Psychology*. 63 (2), 326–332.
- Потятиник, Б., Лозинський, М. (1996). *Патогенний текст [Pathogenic Text]*. Львів, 296. [In Ukrainian]
- Postman, N. (1970). *What is Media Ecology*. In URL: <https://www.media-ecology.org/What-Is-Media-Ecology/> (14.04. 2023).
- Rushkoff, D. (1994). *Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture*. New York: Ballantine Books, 344.

### Заява

#### Фінансування

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією та здійснювалося за рахунок автора.

#### Конфлікт інтересів

Жодного.

#### Етика

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики Українського католицького університету.

#### Авторське право

Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution. Ліцензія, яка дозволяє необмежене використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

### *Патогенний текст: семіоцентричний підхід*

**Борис Потятиник,**

доктор філологічних наук, професор,  
Український католицький університет,  
(м. Львів, Україна)

### Анотація

Більш ніж чверть століття тому концепт «патогенний текст» було запроваджено до медіастудій в Україні. У цій статті зроблено огляд наукових публікацій із використанням згаданого концепту. Огляд засвідчує, що поняття «патогенний текст» із часу його

запровадження увійшов у деякі медіадослідження. Здебільшого його застосовують під час аналізу медіанасильства (ідеться про період до великомасштабної агресії РФ в Україні) або ж у рекламі. Вважаємо, що реалії війни радикально змінили статус новин із графічними чи відеоелементами насильства, проте це виходить за рамки нашої статті. Деякі автори кладуть концепт патогенного тексту в методологічну основу свого дослідження. Інші намагаються розвивати саму концепцію, піддаючи критиці нашу класифікацію. Варта підтримки, із нашого погляду, спроба різних авторів відділити суто прикладне розуміння патотексту (базоване, скажімо, на правових обмеженнях і заборонах) від його нейтрального філософського трактування. За нашими спостереженнями, у сфері інформації є своєрідний екобаланс. Наприклад, популярна преса зазнає відчутної критики в інтелектуальних колах, проте, з іншого боку, вона має відчутний вплив на пресу якісну. Не варто забувати й того, що такі феномени, як спортивна журналістика чи жіночі сторінки, започатковані саме «жовтою пресою». Шкідливою ми схильні вважати саму філософію заборон і цензури. Тому йдеться про збалансоване співіснування різних інтелектуальних течій, жанрів, поглядів. Збалансовування (а не чистка чи заборона) може бути ключовим методом інформаційної екології. Публікації різних авторів на цю тему спонукають дещо переосмислити первісне розуміння патогенного тексту в контексті семіоцентризму.

**Ключові слова:** патогенний текст, пропаганда, медіафілософія, нооценоз, семіоцентризм.

*Submitted to the editor – 26.04.2023*

*Review 1 – 24.05.2023*

*Review 2 – 25.05.2023*

*Accepted for printing – 10.06.2023*

*Подано до редакції – 26.04.2023*

*Рецензія 1 – 24.05.2023*


*Рецензія 2 – 25.05.2023*

*Прийнято до друку – 10.06.2023*



## The specificity of the feuillets of the «Kino» magazine for 1926



<p><b>Hanna Kholod,</b>  <i>PhD in Philology, Chief Executive Officer</i>  <i>E-mail: kholodanna@ukr.net,</i>  <i>https://orcid.org/0000-0002-2479-9721,</i>  <i>ResearcherID: AAD-5685-2020,</i>  <i>Professor of the Department of Journalism</i>  <i>Institute of Psychology and Social Sciences</i>  <i>Interregional Academy of Personnel</i>  <i>Management,</i>  <i>Frometivska Street, 2, Kyiv, Ukraine, 03039.</i></p> <p><i>Non-governmental Organization</i>  <i>«Scientific and Educational</i>  <i>Center «SUCCESSFUL»,</i>  <i>Gnat Yura st., 3, of. 44, Kyiv, Ukraine, 03148.</i></p>	<p><i>Citation:</i>  Kholod, H. (2023). The specificity of the feuillets of the «Kino» magazine for 1926. <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, 15(1), 61–76.  DOI: 10.51423/2524-0471-2023-15-1-2</p> <p>© Kholod, H. (2023).    Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
--	---

## Annotation

**The purpose** of the article is to find out the specifics of the feuillets printed in the magazine «Kino» for 1926.

**Methodology.** Descriptive, systematic methods, methods of analysis, synthesis, statistical methods, and hermeneutic methods were used in the research process. Information necessary for the coverage of the topic of the scientific article was recorded using the descriptive method. The content and form of feuillets were comprehensively analyzed using the systematic method. The method of analysis made it possible to single out compositional techniques and elements, means of psychologism from the texts. The method of synthesis presents the functional features of the form-content elements. Thanks to the hermeneutic method, original interpretations of the analyzed texts are offered. Thanks to the statistical method, the quantitative ratio of the used compositional elements and techniques, psychological tools for modeling the images of the characters or the collective image of the audience was clarified.

**Research results.** In 1926, 4 feuillets were printed in the magazine «Kino», which discussed current problems, the emergence of which was caused by the specifics of the development of cinematography at that time, determined by cultural and socio-political factors.

**Conclusions.** The topics and problems of the feuillets are revealed more deeply with the help of creolization of the texts, in particular, it is about the use in all feuillets of illustrations, which are characterized by multifunctionality, with text quotes. The plot of feuillets, the compositional features of which are the division of texts into parts, the use of compositional framing, the compositional technique «story within a story», film advertising, and descriptions, is presented with the help of either extra-diegetic or homodiegetic narrators, as well as due to their contamination. To model the figurative system of feuillets, the authors used various means of psychology, visual, sound, olfactory details, and artistic means that give feuillets dynamism, and expressiveness, and increase the humorous and satirical effect.

**Key words:** feuilleton, «Kino» magazine, means of psychology, compositional elements, compositional techniques.

**Специфіка фейлетонів журналу «Кіно» за 1926 рік**

**Ганна Холод,**  
*кандидат філологічних наук,  
директор ГО «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ»,  
професор кафедри журналістики  
Навчально-наукового інституту психології та соціальних наук  
Міжрегіональної академії управління персоналом  
(м. Київ, Україна)*

**Вступ**

Фейлетон як художньо-публіцистичний жанр журналістики привертає увагу як українських, так і закордонних науковців, які досліджують його в діахронічному та синхронічному аспектах, що дозволяє не тільки змодельовати загальну картину розвитку фейлетону, зафіксувати його специфіку на кожному етапі розвитку щодо розкриття актуальних для суспільства тем, проблем, моделювання образів персонажів, використання композиційних особливостей, художніх засобів, а й деякою мірою презентувати розвиток суспільства й влади, їхню готовність до сприйняття висвітлення негативних явищ життя, бути лакмусом соціально-політичних процесів.

Для об'єктивності висвітлення обраної нами теми й обґрунтування її актуальності необхідно здійснити огляд наукових робіт, присвячених дослідженню фейлетону. У своїй науковій статті В. Павлів «Журналістський фейлетон і професійна етика» (Павлів, 2015) акцентує увагу на історії формування фейлетону як журналістського жанру й необхідності дотримання балансу між журналістськими стандартами й реалізацією фейлетоном своєї викривальної функції. Вищезазначений автор в іншій статті «Журналістський фейлетон у Інтернеті: можливості та загрози» (Павлів, 2013) розкрив специфіку використання фейлетонів у інтернеті, наголосивши на перспективах й окресливши недоліки розміщення фейлетонів у інтернет-просторі.

Дослідник Кисіль В. у статті «Жанрові особливості фейлетонів А. Ніковського (на матеріалі збірки А. Яриновича «Буржуазна рада та інші фельетони»)» (Кисіль, 2018), детально висвітливши теорію питання, зокрема проаналізувавши різні дефініції поняття «фейлетон», і виокремивши жанротворчі елементи фейлетону, охарактеризував збірку «Буржуазна Рада та інші фельетони» (1918), автором якої є А. Ніковський (псевдонім – А. Яринович). У висновках автор узагальнив результати аналізу вищезгаданих фейлетонів, визначивши їхню специфіку, зокрема йдеться про «створення образу-маски автора із власною біографією, використання однієї моделі побудови твору: заголовок – іносказання – авторська позиція – висновок» (Кисіль, 2018: 128).

Дослідниця А. Коженювська-Бігун у статті «Образ війни на Сході України у фейлетонах Наталії Ворожбит для польського журналу «Театр»» (Коженювська-Бігун, 2018) окреслила специфіку висвітлення у фейлетонах Наталії Ворожбит політичної ситуації в Україні, зокрема моделювання образу війни на Сході України.

О. Мельник у статті «Сучасний літературний фейлетон: об'єкти художньої уваги та виражальні засоби (на матеріалі «Літературної України»)» (Мельник, 2015), досліджуючи фейлетони, у яких висвітлюються злободенні явища в літературі, зокрема «шаблонність у літературній критиці, штучність рецензій» (Мельник, 2015: 442), приділила увагу аналізу мовностилістичних особливостей творів, засобів створення комічного, виявленню художньо-естетичної цінності фейлетонів.

О. Семенюк у статті «Вплив соціокультурних факторів на розвиток українського фейлетону» (Семенюк, 2019), роблячи огляд розвитку радянського українського фейлетону впродовж трьох періодів, зазначив трансформації, які відбувалися в цьому жанрі впродовж тривалого часу під впливом різних факторів, зокрема й соціального-політичного. Ідеться про зміну тематики, проблематики, образної системи, засобів комічного, художніх засобів тощо. Автор вищезазначеної статті також приділив увагу фейлетонам, які були надруковані в діаспорних ЗМІ, й аналізу перспектив розвитку фейлетону в сучасному українському інформаційному просторі.

У статті І. Руснак «Поетика фейлетону «Подєбрадський Чичероне» Миколи Чирського». Синопис: текст, контекст, медіа» (Руснак, 2020), використовуючи герменевтичний підхід, розкрила зміст вищезазначеного фейлетону, його ідейно-тематичний задум за допомогою аналізу заголовка, композиції, звуконаслідувальних слів, засобів створення комічного ефекту, образної системи.

У статті Д. Чик «Образ Іншого в українському і англійському фейлетоні першої половини ХІХ ст.» (Чик, 2012) приділено увагу фейлетонам Г. Квітки та В. Теккерея, зокрема моделюванню авторами, які користувалися негативними стереотипами, образу Іншого – французької нації та її культури.

Автори Holbert R.L., Tchernev J.M., Walther W.O., Esralew S.E., Benski K. у статті «Сприйняття молодими виборцями політичної сатири як переконання: фокус на сприйнятті впливу, переконанні наміру та силі повідомлення» (Holbert, Tchernev, Walther, Esralew, Benski, 2013) за допомогою експерименту, під час яких було використано сатиричні твори, зробили висновки щодо сприйняття їх аудиторією.

Аму В. Веcker у статті «Застосування рамок масової комунікації для вивчення впливу гумору: прогрес у вивченні політичної сатири» (Becker, 2020) досліджує вплив політичної сатири в межах масової комунікації.

Отже, аналіз вищезазначених статей дозволяє окреслити напрями дослідницьких інтересів науковців щодо фейлетону, зокрема йдеться про жанрову специфіку або поетикальні особливості творів конкретного автора, моделювання образів фейлетонів, розвиток сучасних фейлетонів та їхню специфіку, вплив журналістських стандартів і соціокультурних факторів на фейлетон, сприйняття аудиторією творів, що містять сатиру, її вплив, а також сформулювати актуальність нашої статті, яка полягає в тому, що обрана нами тема потребує ґрунтовного дослідження для створення загальної картини розвитку фейлетонів зазначеного нами часу, культурної та соціально-політичної ситуації, частковим віддзеркаленням якої є вищезазначений жанр.

*Мета статті* – з'ясувати специфіку фейлетонів, надрукованих у журналі «Кіно» за 1926 рік. *Об'єкт дослідження* – фейлетони журналу «Кіно» за 1926 рік. *Предмет дослідження* – специфіка фейлетонів журналу «Кіно» за 1926 рік.

### Методи та методика дослідження

У процесі дослідження використано описовий, системний методи, методи аналізу, синтезу, статистичний, герменевтичний методи. Описовим методом зафіксовано інформацію, необхідну для висвітлення теми наукової статті. За допомогою системного методу комплексно проаналізовано зміст та форму фейлетонів. Метод аналізу дозволив виокремити з текстів композиційні прийоми й елементи, засоби психологізму. Методом синтезу презентовано функціональні особливості елементів формозмісту. Завдяки герменевтичному методу запропоновано оригінальні інтерпретації проаналізованих текстів. Завдяки статистичному методу з'ясовано кількісне співвідношення використаних композиційних

елементів і прийомів, засобів психологізму для моделювання образів персонажів або колективного образу глядачів.

*Методика дослідження.*

1. У журналі «Кіно» за 1926 рік було знайдено 4 фейлетони.
2. Проаналізовано зміст і форму 4 фейлетонів.
3. Виокремлено й зафіксовано в табл. 1–2 композиційні елементи й прийоми, засоби психологізму. Зазначимо, що в табл. 1–2 зафіксовано наявність або відсутність вищезазначених складових і наведено приклади лише для демонстрації тверджень автора цієї статті.
4. Зроблено підрахунки для встановлення кількісних показників, що унаочнюють специфічні особливості фейлетонів.

### Результати та обговорення

В україномовному, заснованому Всеукраїнським фотокіноуправлінням (ВУФКУ) журналі «Кіно» (1925–1933), змістове наповнення якого забезпечували «найкращі культурні, літературні та кіно-робітники Радянського Союзу, а окрім того найвидатніші кіно-спеціалісти Заходу» («До участі в журналі запрошені...», 1925), за 1926 рік було надруковано 4 фейлетони. Аналіз контенту журналу «Кіно» за 1926 рік дає можливість зробити висновок щодо актуальності фейлетонів, де висвітлено теми й порушено проблеми кінематографічного спрямування, поява яких зумовлена тогочасними культурними та соціально-політичними факторами.

У фейлетоні Юр. Юрченка «Hollywood в Одесі» (Юрченко, 1926), у якому змальовано колорит Одеси й кінематографічний процес на Одеській кінофабриці, гетеродієгетичний наратор характеризує одеситів як «народ гарячий і симпатичний» (Юрченко, 1926: 20). Прикметним є те, що таким псевдонімом свої твори підписував український письменник Юрій Яновський. Ураховуючи вищезазначене, а також факт роботи митця на Одеській кінофабриці на посаді головного редактора впродовж 1926–1927 років, насиченість фейлетону художніми засобами припускаємо, що Юрій Яновський, який добре знав специфіку роботи Одеської кінофабрики, про яку йдеться у фейлетоні, є його автором. Початок твору насичений як зоровими (їдальня, «червона земля» (Юрченко, 1926: 20)), так і звуковими («б'ються істерично» (Юрченко, 1926: 20), «свист» (Юрченко, 1926: 20), «шавкас об пісок... море» (Юрченко, 1926: 20), «морський шум» (Юрченко, 1926: 20)), одоративними («понюхати морської меланхолії» (Юрченко, 1926: 20)) деталями. Гумористичну тональність містить гіперболізована інформація про те, що всі відомі люди світу є одеситами. Зокрема, в Одесі можна почути історії, що Чарлі Чаплін був сином «грузчика Каплана» (Юрченко, 1926: 20), а Дуглас Фербенкс «є незаконним сином «тітки Рухлі» з пристані» (Юрченко, 1926: 20). Гетеродієгетичний наратор захоплено розповідає про одеські звичаї, тотальну кінофікацію Одеси, зокрема курйозні історії, пов'язані з нею («Там, кажуть, одного прекрасного літнього дня після-обіда, коли агенти різних компаній вийшли приймати з пароплавів банани й корицю, – не знайшлося в гавані й одного грузчика – вони грали десь для фільма красиво і шумно» (Юрченко, 1926: 20)).

У фейлетоні гумористично розкрито проблему організації зйомок фільму, описано підготовку до зйомок і курйозні ситуації на знімальному майданчику, зокрема 5 осічок поспіль у зарядженому пістолеті, скандали з оператором, акцент зроблено на емоціях кінорежисера («режисер нервово бігає з кутка в кутку» (Юрченко, 1926: 21), «на нього режисер сипле своє незадоволення з декорацій» (Юрченко, 1926: 21)), архтекта («А потім, загорівшись, викрикує» (Юрченко, 1926: 21)). Завершено фейлетон пейзажем одеської ночі («Вам не здається, що море гладить вашу щоку лайковою рукавичкою? Одеська ніч висить, і



на небі якор – одеський герб. Може внизу плеще» (Юрченко, 1926: 21)) і використаним в експозиції твору («Найбільше сюди бігають молоді автори та футуристи-поети, стають і, задумливо попихуючи люлькою, спостерігають далекі і таємні кораблі, що мають вивезти їх на тропіки» (Юрченко, 1926: 21)) варіативним повторенням фрази («Найбільше сюди бігають молоді автори та футуристи-поети, і спостерігають далекі кораблі, що мають повезти їх на тропіки» (Юрченко, 1926: 21)), що створює композиційне обрамлення.

Прикметною особливістю фейлетону є наявність 5 ілюстрацій із текстовими-цитатами з вищезазначеного твору, що, візуалізуючи деякі фрагменти фейлетону, моделюють образи персонажів, суттєво розширюють межі твору за допомогою візуалізації написаного й підсилюють гумористичний ефект завдяки використанню антитези. Для ілюстративного відтворення трьох образів поетів-футуристів художник використав фразу «Семафор гонг в майбутнє», нестандартно записану на частинах одягу поетів (капелюх – СЕ, пальто – МЕА фор (Е закреслено), шорти – ГОНГ) та піску (в майбутнє) шрифтами різного розміру, та увиразнив їхню епатажність контрастністю в одязі (пальто – шорти).

Одеську сенсацію щодо народження Чарлі Чапліна від вантажника презентовано образом вищезгаданого актора, якого так званий батько ніс на своїх руках, посміхаючись і палячи цигарку. Для створення гумористичного ефекту, на нашу думку, художником використано ситуацію фамільярного поводження з відомою кінозіркою, що ґрунтується на моделюванні антитетичних образів персонажів на рівні емоцій «сміх – шок», соціального статусу «бідний – багатий», зовнішності «неохайність – охайність».

Фрагмент «...не знайшлося в гавані й одного грузчика – вони грали десь для фільма красиво й шумно» (Юрченко, 1926: 20) художник проілюстрував, візуалізуювши натуралістичні подробиці (відрубана рука, ушкоджений сокирою живіт із внутрішніми органами) наслідків вбивства людини сокирою. Така контрастність між текстовою, зокрема словом «красиво» (Юрченко, 1926: 20), і створеним художником образом, на нашу думку, епатує реципієнта.

Змодельований на іншій ілюстрації образ Дугласа Фербенкса, який згідно з одеськими сенсаціями є «незаконним сином тітки Рухлі з пристані» (Юрченко, 1926: 21) і, як дитина, тримається за сумку поважної матері, контрастує з реальним образом актора.

Ілюстрація, що презентує момент комунікації між гостем Одеси, який належним чином не оцінив красу міста, й обуреним через це одеситом, ґрунтується на зображенні контрастних емоцій (страх – агресія) персонажів. Прикметним є те, що в ілюстрації художник змінив питальне речення («А море?») (Юрченко, 1926: 21)) на два окличні речення («А море! А море!») (Юрченко, 1926: 21)).

У фейлетоні Дусавицького «Містечкове кіно», що має 5 частин із назвами («Реклама» (Дусавицький, 1926: 20), «Міся» (Дусавицький, 1926: 20), «Година в темряві» (Дусавицький, 1926: 20), «Яшка під час роботи» (Дусавицький, 1926: 20), «Запізненні переживання» (Дусавицький, 1926: 20)) і римськими цифрами, висвітлено низьку культуру організації демонстрації й перегляду фільмів у містечковому кінотеатрі й порушено проблеми поведінки кіноглядачів, неякісне виконання кіномеханіком своїх обов'язків, низької якості фільмів, формування в молоді протиправних моделей поведінки під впливом бойовиків. Прикметним є те, що текст фейлетону написано українською мовою, а рекламу про демонстрацію фільму створено російською мовою. У рекламі фільму-бойовику «Ультус Мститель», що містить гіперболу з персоніфікацією («боевая картина, которой шумит весь мир» (Дусавицький, 1926: 20)) і рекомендацію-прохання маніпулятивного змісту («Нервных просят нерыпаться» (Дусавицький, 1926: 20)), використання якого призведе до зворотного результату («Цієї «відозви» цілком досить, щоб всі, всі, всі знали що кіно «играється», що нервовим «рипатись» можна і що початок буде... бодай о 10-ій годині вечора»

(Дусавицький, 1926: 20)), акцент зроблено на емоційних станах, що викликає цей фільм («Смех. Слёзы. Нервные содрогания» (Дусавицький, 1926: 20)).

Гетеродієгетичний наратор іронічно розмірковує щодо недовіри правила «займати місця, згідно з квитками» (Дусавицький, 1926: 20) у містечковому кіно через установлену соціальну ієрархію («начальство» (Дусавицький, 1926: 20) – «фінагент, пожежник, міліціонер і дружина орендаря кіно» (Дусавицький, 1926: 20), «жовтенята» – «порода людей, обтяжена гладким пузом і спеціальним патентом» (Дусавицький, 1926: 20), «зайці, знайомі люди» (Дусавицький, 1926: 20), «богема» (Дусавицький, 1926: 20) – «пацани, «підручні», кур'єри молоді з околиць, закохані пари» (Дусавицький, 1926: 20)), приналежність до якої є основним принципом займання місць у кінотеатрі.

Гумористично висвітлено автором процес перебування кіноглядачів у темряві, зокрема їхній специфічний комунікативний процес («...коли і де так «по душах» побалакаєш, дотепну або-ж досить масеньку репліку подаси, як не в цю славетну годину... коли-ж і де і зробиш нескромні пропозиції, посвистиш, покуриш, насіння полузаєш, поспіваєш хором, поцілуєш або поб'єш кого слід, – як не в цю годину?» (Дусавицький, 1926: 21)), опис якого насичений звуковими деталями, що презентують реакції кіноглядачів на тривале чекання перегляду фільму («Починаються «овації», цеб-то організоване тупотіння ногами, ритмічне плескання руками й хорова декламація» (Дусавицький, 1926: 21)). Вони контрастують із внутрішнім спокоєм кіномеханіка, який, ігноруючи овації, спілкується з дівчатами. Використана автором персоніфікація («...і по-над екраном не почнуть плигати світляні літери. Силкуються вони, бідолашні, потрапити на екрана, довго метушаться, бігають по стінах, по підлозі по головах пацанів і лисинах «родичів» та непманів» (Дусавицький, 1926: 21)) початку демонстрації фільму й емоційна реакція («Діти ревуть, матері хрестяться, пацани свистять, а хтось і лається тихенько...» (Дусавицький, 1926: 21)) кінопубліки на цей процес створюють атмосферу динамізму й експресивності. Процес перегляду фільму кінопублікою автор презентує за допомогою реплік-реакцій кіноглядачів на побачене на екрані, а також не завжди вдалу роботу кіномеханіка Яшки.

В останній частині фейлетону гетеродієгетичний наратор продемонстрував негативний вплив фільму на хлопців, які організовано, наслідуючи моделі поведінки кіногероїв («Кричить хлопчина, що з виглядом самого Ультуса пробивається крізь натовп. І швидко десь коло паркану таємничо збирається гурток замурзаних змовників, що пошепки радяться, як краще зробити напад на садок громадянина Нечипоренка. Напад відбувається за сценарієм допіру баченого фільму» (Дусавицький, 1926: 21)), учинили напад на «садок громадянина Нечипоренка» (Дусавицький, 1926: 21).

У фейлетоні використано 4 ілюстрації, 3 із них мають текстівки-цитати, завдяки поєднанню яких можна утворити мінітекст («Як бачите, всі сидять по «рангу»... «Класову лінію» дотримано цілком...» (Дусавицький, 1926: 20), «А Яшці ніколи: демонструє перед дівчатами американську плівку» (Дусавицький, 1926: 21), «...Публіка, й та вже вся за цей час перецілувалась...» (Дусавицький, 1926: 21)). Використані ілюстрації розширюють межі контенту; візуалізуючи конкретні епізоди фейлетону, привертають до них увагу, моделюють образи персонажів.

У фейлетоні «Вероніка Піро (Південна пригода)» (Арк. Л–о, 1926), автором якого є Арк. Л–о, висвітлено неадекватну поведінку кіноманки й порушено проблему виникнення в жінки, здатної заради досягнення мети порушити морально-етичні принципи, нав'язливої ідеї зніматися в кіно. Жінка, припустивши, що на пляжі в Одесі побачила режисера, для привернення до себе уваги чоловіка почала безцеремонно порушувати його особистий простір («...і вона, захопивши мене за руки, присунулася зовсім близьенько» (Арк. Л–о, 1926: 12)). Гомодієгетичний наратор констатує свої емоційні стани («я зняковів» (Арк. Л–о, 1926: 12)) щодо такої поведінки жінки, із якою вони познайомилися лише 5 хвилин тому і яка

привернула його увагу манерою роздягання-зваблення («...вона з півгодини роздягалася, поволеньки, байдуженьки, двома пальцями стягаючи комбіне, томно вигинаючись, південно посміхаючись, спокусливо поглядаючи, вибагливо ноги потираючи і т. ін.» (Арк. Л–о, 1926: 12)), охарактеризованою за допомогою вищезазначених епітетів.

Неадекватність поведінки жінки підкреслено її демонстрацією випадковому знайомому своєї здатності швидкого мімічного перевтілення, динамізації емоційного малюнка, презентованого крізь призму емоційного сприйняття наратора за допомогою градації епітетів, номінацій частин обличчя («Очі великі, спокійні холодні, уста, хоч і дуже кармінові, але теж холодні, ніс, вуха, брови» (Арк. Л–о, 1926: 12)), гіперболи («усе пройнялося таким морозом, що я мимоволі здригнувся і заклацав зубами» (Арк. Л–о, 1926: 12)), порівнянь («руки мов крила» (Арк. Л–о, 1926: 12)), «пальці мов кігті» (Арк. Л–о, 1926: 12)), градації дієслів, агресивність яких підкреслено префіксом роз– («розкривавити» (Арк. Л–о, 1926: 12)), «розшматувати» (Арк. Л–о, 1926: 12)), персоніфікації («прорізали брижі» (Арк. Л–о, 1926: 12)), «відчай скривив» (Арк. Л–о, 1926: 12)). Емоційні реакції сторонніх людей (співчуття до наратора, страх через дивну поведінку жінки) та їхні коментарі-припущення (аліменти) щодо контрастних (злість, лють, відчай, сміх) емоційних проявів жінки надають вищезгаданому епізоду гумористичної тональності. Відмова від свого імені та прізвища, бажання попрактикуватися в трюках, використання людей заради досягнення своєї мети, вербалізація здатності віддати своє життя за кіномистецтво презентують фанатизм претендентки в актриси. Наратор постійно робить акцент на неадекватній поведінці жінки-фанатки кіно (заскочила на карниз, пішла по головах людей, які були в натовпі), яка хотіла подивитися «Трипільську трагедію», презентуючи її міміку («обличчя її стало, немов у хижака» (Арк. Л–о, 1926: 13)), «блиснувши роз'ятреними очима» (Арк. Л–о, 1926: 13)).

Зображуючи екстремальні події («Не пам'ятаю, як я опинився в середині юрби. Довкола клекотіло, мов у котлі. Хтось верещав, хтось віддавши себе на волю стихії, безнадійно і гірко плакав, хтось збитий під ноги, закленав на бога помилувати молоде життя» (Арк. Л–о, 1926: 13)), які відбувалися в середині натовпу, що оточив кінотеатр, а також відливання холодною водою глядачів, які непритомніли під час перегляду фільму, автор порушив проблеми наслідків демонстрації насильства на екрані, відсутності організації цивілізованого перегляду фільму, жертвою чого став сам наратор, знепритомнівши на деякий час від удару й утративши деякі зуби. Контрастне ставлення Вероніки Перо до свого нового знайомого, зокрема спочатку вербальне приниження («смейняк» (Арк. Л–о, 1926: 13)), «ворона» (Арк. Л–о, 1926: 13)), «А ще мужчина називається! зрадник» (Арк. Л–о, 1926: 13)), «чудак» (Арк. Л–о, 1926: 13)), а потім возвеличення («голубчику» (Арк. Л–о, 1926: 13)), «Мій хороший, дорогий, золотий!.. Вибачте, рідненький» (Арк. Л–о, 1926: 13)), було зумовлене інформацією про те, що перед нею режисер ВУФКУ.

Егоїзм і жорстокість самозакоханої потенційної актриси виявлено в епізоді спілкування зі знайомим чоловіком, якого вона, незважаючи на його фізичні страждання від болю, звинувачувала в падінні й маніпулятивно спонукала супроводжувати її в кіно на третій сеанс. У фейлетоні, який поділено на три відділені пунктирами частини, що починаються реченням, якому притаманна варіативність із вказівкою на різний час доби («Це було прекрасної липневої днини» (Арк. Л–о, 1926: 12)), «Це було прекрасного липневого вечора» (Арк. Л–о, 1926: 13)), «Це було прекрасної липневої ночі» (Арк. Л–о, 1926: 13)), використано три ілюстрації з текстівками-цитатами із твору. На нашу думку, функціональність цих ілюстрацій, на відміну від ілюстрацій вищезазначених фейлетонів, обмежується приверненням уваги до конкретних фрагментів фейлетону, їхньою візуалізацією, моделюванням образів персонажів.

У фейлетоні Френча «Жертви кіно», заголовок й авторське визначення жанру («трагічний фельетон» (Френч, 1926: 16)), на нашу думку, дають реципієнту конкретний горизонт очікування щодо розгортання сюжету. Прикметною особливістю цього фейлетону є використання гетеродієгетичного й гомодієгетичного нараторів, що стало можливим за допомогою використання такого композиційного прийому, як «розповідь у розповіді». На початку фейлетону, темою якого є зображення невдалого досвіду написання сценарію Гнатом Ондрієвичем Сілаковим, гетеродієгетичний наратор окреслив актуальну проблему «сценаризму» (Френч, 1926: 16), тобто створення сценаріїв непрофесіоналами, мотивацією яких є лише грошова винагорода.

Головний персонаж фейлетону Гнат Сілаков своєю розповіддю презентував увесь творчий процес створення ним неякісного сценарію, на ознайомлення з яким було витрачено час та енергію редактора й рецензентів. Увиразнений за допомогою таких подробиць: недостатній глядацький досвід («...за все своє життя був два рази в театрі (і то на опереті) та кілька разів у кіно на якійся чи то «Індійській», чи то «Аравійській домовині»» (Френч, 1926: 16)), незнання кінематографічної термінології («Говаришок, рідненький, рятуй: чи нема в тебе хоч яких кадрів? Слово чести поверну» (Френч, 1926: 17)) – непрофесіоналізм головного персонажа призвів до негативних наслідків: відсутності очікуваного результату, втрати сім'ї, роботи, житла. У творі використано вставні речення, які є коментарями-думками головного персонажа на зауваження щодо кіносценарію, що увиразнюють інтелектуальний рівень головного персонажа («Ідеології не витримано... (Та скільки-ж часу її треба витримувати?! І так уже з півроку з нею мучимося)» (Френч, 1926: 17)) «Кадри дуже важкі...(Але-ж писати легкі кадри за сто червінців можуть лише шахраї!)» (Френч, 1926: 17)). Використані у фейлетоні ілюстрації, що мають текстівки-цитати з фейлетону, розширюючи межі контенту, зображенням заваленого паперами столу редактора окреслюють проблему завантаженості представника цієї професії, про яку в тексті не йшлося, демонструють непростий творчий процес візуалізацією стікання поту з напарника Гната Сілакова. Крім вищезазначеної функції, ілюстрації у фейлетоні «Жертви кіно» підсилюють сатиричний ефект, привертають увагу до конкретних фрагментів фейлетону, візуалізуючи їх; моделюють образи персонажів, увиразнюючи їхні психологічні стани.

Результати аналізу елементів формозмісту фейлетонів були зафіксовані в табл. 1–2, які допоможуть презентувати специфіку фейлетонів на композиційному рівні й образному рівні в аспекті використання засобів психологізму. Як бачимо, лише у 25% фейлетонів журналу «Кіно» використано пейзаж, 50% мають пейзажні деталі, у жодному з фейлетонів не використано розгорнутий портрет, що, на нашу думку, зумовлено жанровими особливостями фейлетону, зокрема його невеликим обсягом, у 75% фейлетонів є портретна деталь, 25% фейлетонів мають опис приміщення, 25% – деталь інтер'єру. Композиційне обрамлення використано в 25% фейлетонів, 75% фейлетонів мають поділ текстів на частини, 75% – діалоги та/або полілоги, композиційний прийом «розповідь у розповіді» використано в 25% фейлетонів, 25% – мають рекламу кінофільму, 100% фейлетонів мають ілюстрації й текстівки.

Таблиця 1.  
 Специфіка композиції фейлетонів журналу «Кіно» (1926 рік).

№ з/п	Специфіка композиції	Фейлетон «Hollywood в Одесі».	Фейлетон «Містечкове кіно».	Фейлетон «Вероніка Піро (Південна пригода)».	Фейлетон «Жертви кіно»	Σ (кількість/%)
1	2	3	4	5	6	7
1.	Пейзаж	+ «Вам не здається, що море гладить вашу щоку лайковою рукавичкою? Одеська ніч висить, і на небі якор – одеський герб» (Юрченко, 1926: 21).	–	–	–	1/25
2.	Портрет	–	–	–	–	0
3.	Інтер'єр	+ «Коли ви станете в темний куток і насунете на очі кашкета, вам пощастить роздивитися павільон. Він порожній, як душа скептика. Велика кімната – казарма – всю стелю вкрито сонцями «павуків», великих і малих, на середині кімнати одинокий стіл і за столом одинока істота – машиністка» (Юрченко, 1926: 21).	–	–	–	1/25
4.	Пейзажна деталь	+ «Ніч темна після прожекторів, як смола» (Юрченко, 1926: 21).	–	+ «Це було прекрасного липневого вечора» (Арк. Л–о, 1926: 13)	–	2/50
5.	Портретна деталь	«... юнкою з очима “як море”» (Юрченко, 1926: 20).	–	+ «...вуста, хоч і дуже кармінові, але теж холодні...» (Арк. Л–о, 1926: 12)	+ «В пенсне» (Френч, 1926: 16).	3/75
6.	Деталь інтер'єру	+ «...шкляний дах павільона...» (Юрченко, 1926: 21).	–	–	–	1/25
7.	Композиційне обрамлення.	+	–	–	–	1/25
8.	Наявність діалогів та/або полілогів.	–	+	+	+	3/75
9.	Наявність реклами кінофільму	–	+	–	–	1/25
10.	Поділ тексту на п'ять частин із заголовками та римськими цифрами.	–	+	–	–	1/25
11.	Поділ тексту на три відділені пунктирами частини, що починаються реченням, якому притаманна варіативність із вказівкою на різний час доби.	–	–	+	–	1/25
12.	Композиційний прийом «розповідь у розповіді».	–	–	–	+	1/25
13.	Поділ тексту на три відділені невеликою горизонтальною лінією частини	–	–	–	+	1/25
14.	Ілюстрації	+	+	+	+	4/100
15.	Текстівки	+	+	+	+	4/100

Прикметним є те, що у фейлетонах журналу «Кіно» за 1926 рік для моделювання образів персонажа використано різноманітні засоби психологізму, які зазначено в табл.1.

100 % фейлетонів містить мовну експресію, висловлену персонажем; 50 % фейлетонів – мовну експресію персонажа, зафіксовану гетеродієгетичним наратором; 50 % фейлетонів – мовну реакцію персонажа, зафіксовану гомодієгетичним наратором; 25% – психофізіологічну реакцію організму персонажа, зафіксовану гетеродієгетичним наратором; 25% – психофізіологічну реакцію організму персонажа, зафіксовану гомодієгетичним наратором; 25% – зафіксоване гетеродієгетичним наратором пересування в просторі, детерміноване психологічним станом персонажа; 25% – зафіксоване гомодієгетичним наратором пересування в просторі, детерміноване психологічним станом персонажа, 25% – фіксацію гомодієгетичним наратором свого емоційного стану за допомогою внутрішнього мовлення як реакції на сказане, 25% – фіксацію гомодієгетичним наратором мімічної та жестової поведінки персонажа, 25% – фіксацію гомодієгетичним наратором своєї мовної експресії, 50% – фіксація гомодієгетичним наратором свого емоційного стану та/або емоційного стану персонажа. Крім того, автори фейлетонів приділили увагу моделюванню образу кінопубліки за допомогою засобів психологізму. 25% фейлетонів містить зафіксовану гетеродієгетичним наратором колективну психофізіологічну реакцію на очікування фільму й перегляд фільму, 25% – зафіксовану гомодієгетичним наратором колективну психофізіологічну реакцію на очікування перед кінотеатром перегляду фільму.

Як бачимо, у проаналізованих нами фейлетонах автори, незважаючи на наявність у 20-х роках ХХ століття «діаметрально протилежних поглядів» (Лівицька, 1926: 2010) на існування психологізму, активно використовують засоби психологізму, обираючи з них найбільш доречні для моделювання конкретних образів і розкриття ідейно-художнього задуму.

Таблиця 2.

*Засоби психологізму фейлетонів журналу «Кіно» (1926 рік).*

№ з/п	Засоби психологізму	Фейлетон «Hollywood в Одесі».		Фейлетон «Містечкове кіно».		Фейлетон «Вероніка Піро (Південна пригода)».		Фейлетон «Жертви кіно»		Σ (кількість/%)
		2	3	4	5	6	7	8		
1.	1									
2.	Зафіксована гетеродієгетичним наратором мовна експресія персонажа.	+	«Оператор висловлює початок свого обурення» (Юрченко, 1926: 21). «... він підвищує голос» (Юрченко, 1926: 21).	+	«Я зарізаний десь кричить та гукає громадянин Нечипоренко (Дусавицький, 1926: 21).	-		-		2/50
3.	Висловлена персонажем мовна експресія.	+	« – Я художник!» (Юрченко, 1926: 21).	+	«Хто там трусить? Куси Більчик! А хвороби на вас нема! Всю яблуню обідрали...» (Дусавицький, 1926: 21).	+	«– Глянь, Альоша! А може-б той?.. Жалко-ж чоловіка...» (Арк. Л–о, 1926: 12).	+	«Ідем до бухгалтерії. А народу там!..» (Френч, 1926: 16).	4/100
4.	Зафіксована гетеродієгетичним наратором психофізіологічна реакція організму персонажа.	+	«Режисер і оператор стрепенулися, як коні від бойового сигналу»	-		-		-		1/25

			(Юрченко, 1926: 21).							
5.	Зафіксоване гетеродігетичним наратором пересування в просторі, детерміноване психологічним станом персонажа.	+	«Режисер нервово бігає з кутка в куток» (Юрченко, 1926: 21).	-		-		-	1/25	
6.	Зафіксована гетеродігетичним наратором колективна психофізіологічна реакція на очікування фільму та перегляд фільму.	-		+	«Година минає швидко, неначе хвилина. Починаються «овації», цеб-то організоване тупотіння ногами, ритмічне плескання руками і хорова декламація» (Дусавицький, 1926: 21). «Скажені оплески...» (Дусавицький, 1926: 21).	-		-	1/25	
7.	Фіксація гомодігетичним наратором свого емоційного стану та / або емоційного стану персонажа.	-		-		+	«Я зніжковів» (Арк. Л-о, 1926: 12).	+	«...заметушився я...» (Френч, 1926: 17). «А ми, задоволені й раді з рожевих перспектив, пішли» (Френч, 1926: 17).	2/50
8.	Фіксація гомодігетичним наратором мимічної та жестової поведінки персонажа.	-		-		+	«...Очі звузилися, губи стиснулися, ніздрі роздулися, руки мов крила, почали підійматися д'горі, пальці мов кігті, ось-ось ухопити, розкривавити, розшматувати...» (Арк. Л-о, 1926: 12).	-		1/25
9.	Фіксація гомодігетичним наратором психофізіологічної реакції свого організму персонажа.	-		-		+	«... мимоволі здригнувся...» (Арк. Л-о, 1926: 13).	-		1/25
10.	Зафіксована гомодігетичним	-		-		+	«Не пам'ятаю, як я опинився в	-		1/25

	наратором колективна психофізіологічна реакція на очікування перед кінотеатром перегляду фільму.						середині юрби. Довкола клекотіло, мов у котлі. Хтось верещав, хтось віддавши себе на волю стихії, безнадійно й гірко плакав, хтось збитий під ноги, закленав на бога помилувати молоде життя» (Арк. Л–о, 1926: 13).			
11.	Фіксація гомодієгетичним наратором мовної реакції персонажа.	–		–		+	«...радісно скрикнула Вероніка Перо...» (Арк. Л–о, 1926: 13).	+	«...спокійно відповідає редактор» (Френч, 1926: 16).	2/50
12.	Фіксація гомодієгетичним наратором своєї мовної експресії.	–		–		+	«...я заревів...» (Арк. Л–о, 1926: 13).	–		1/25
13.	Зафіксоване гомодієгетичним наратором пересування в просторі, детерміноване психологічним станом персонажа.	–		–		–		+	«...заметушився я...» (Френч, 1926: 17).	1/25
14.	Фіксація гомодієгетичним наратором свого емоційного стану за допомогою внутрішнього мовлення як реакції на сказане.	–		–		–		+	«(Та скільки-ж часу треба витримувати?! І так уже з півроку з нею мучимося)» (Френч, 1926: 17).	1/25

### Висновки

У фейлетонах, надрукованих у журналі «Кіно» за 1926 рік, висвітлено теми кінематографічного процесу на Одеській кінофабриці, низької культури організації демонстрації й перегляду фільмів у містечковому кінотеатрі, неадекватної поведінки жінки з нав'язливою ідеєю зніматися в кіно, невдалого кіносценарного досвіду. У проаналізованих вище творах порушено проблеми організації зйомок на знімальному майданчику, поведінки глядачів у кінотеатрі, неякісного виконання кіномеханіком своїх обов'язків, низької якості фільмів, негативного впливу бойовиків на поведінку молоді, кіноманії, кіносценарної кризи через написання кіносценаріїв непрофесіоналами, наслідків демонстрації насильства на екрані, відсутності організації цивілізованого перегляду фільму.

Тематика й проблематика фейлетонів глибше розкривається за допомогою креолізації текстів, зокрема йдеться про використання у всіх фейлетонах ілюстрацій, яким притаманна багатофункціональність, із текстівками-цитатами. Сюжет фейлетонів, композиційними особливостями яких є поділ текстів на частини, використання композиційного обрамлення, композиційного прийому «розповідь у розповіді», реклами фільму, описів, представлено за



допомогою або гетеродієгетичного, або гомодієгетичного нараторів, а також завдяки їхній контамінації. Для моделювання образної системи фейлетонів авторами використано різноманітні засоби психологізму, зорові, звукові, одоративні деталі, антитези, персоніфікації, порівняння, гіперболу, градації дієслів, епітетів, що надають фейлетонам динамізму, експресивності, підвищують гумористичний і сатиричний ефекти творів.

### Заява

#### Фінансування

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією та здійснювалося за рахунок автора.

#### Конфлікт інтересів

Жодного.

#### Етика

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики Українського католицького університету.

#### Авторське право

Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution. Ліцензія, яка дозволяє необмежене використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

### Література

- Becker, A. B. (2020). Applying mass communication frameworks to study humor's impact: advancing the study of political satire. *Annals of the International Communication Association, 44*(3), 273–288, DOI: 10.1080/23808985.2020.1794925.
- Holbert, R.L., Tchernev, J.M., Walther, W.O., Esralew S.E., & Benski, K. (2013). Young Voter Perceptions of Political Satire as Persuasion: A Focus on Perceived Influence, Persuasive Intent, and Message Strength. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(2), 170–186, DOI: 10.1080/08838151.2013.787075.
- Арк., Л–о (1926). Вероніка Піро (Південна пригода). *Кіно*, №10, 12–13.
- «До участі в журналі запрошені...» (1925). *Кіно*, №1, обкладинка.
- Дусавицький. (1926). Містечкове кіно. *Кіно*, №9, 20–21.
- Кисіль, В. (2018). Жанрові особливості фейлетонів А Ніковського (на матеріалі збірки А. Яриновича «Буржуазна рада та інші фельетони»). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, 78*, 123–129.
- Коженювська-Бігун, А. (2018). Образ війни на Сході України у фейлетонах Наталії Ворожбит для польського журналу «Театр». *Науковий вісник Чернівецького університету. Слов'янська філологія, 798*, 42–49.
- Лівицька, І. (2010). «В лабіринтах людської душі» (Історія дослідження художнього психологізму української літератури). *Літературознавчі обрії. Праці молодих учених, 17*, 54–60.
- Мельник, О. (2015). Сучасний літературний фейлетон: об'єкти художньої уваги та виражальні засоби (на матеріалі «Літературної України»). *Studia methodologica, 40*, 438–442.
- Павлів, В. (2015). Журналістський фейлетон і професійна етика. *Теле- та радіожурналістика, 14*, 77–81.
- Павлів, В. (2013). Журналістський фейлетон у Інтернеті: можливості та загрози. *Теле- та радіожурналістика, 12*, 161–165.

- Руснак, І. (2020). Поетика фейлетону «Подєбрадський Чичероне» Миколи Чирського. *Синопис: текст, контекст, медіа*, 26 (4), 131–137.
- Семенюк, О. (2019). Вплив соціокультурних факторів на розвиток українського фейлетону. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, вип. 175, 430–436.
- Френч. (1926). Жертви кіно (Трагічний фельєтон). *Кіно*, №10, 16–17.
- Чик, Д. (2012). Образ Іншого в українському і англійському фейлетоні першої половини XIX ст. *Філологічні науки. Літературознавство*, 13, 137–141.
- Юрченко, Юр. (1926). Hollywood в Одесі. *Кіно*, №6–7, 20–21.

## References

- Becker, A. B. (2020). Applying mass communication frameworks to study humor's impact: advancing the study of political satire. *Annals of the International Communication Association*, 44(3), 273–288, DOI: 10.1080/23808985.2020.1794925.
- Holbert, R.L., Tchernev, J.M., Walther, W.O., Esralew S.E., & Benski, K. (2013). Young Voter Perceptions of Political Satire as Persuasion: A Focus on Perceived Influence, Persuasive Intent, and Message Strength. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(2), 170–186, DOI: 10.1080/08838151.2013.787075.
- Ark. L – o. (1926). Veronika Piro (Pivdenna pryhoda) [Veronica Piro (Southern Adventure)]. *Kino*, №10, 12–13 [in Ukrainian].
- «Do uchasty v zhurnali zaproszeni...» (1925). [«Invited to participate in the magazine...»]. *Kino*, №1, obkladynka. [in Ukrainian]
- Dusavytskyi. Mistechkove kino [Town cinema] (1926). *Kino*, №9, 20–21 [in Ukrainian].
- Kysil, V. (2018). Zhanrovi osoblyvosti feiletoniv A Nikovskoho (na materialy zbirkyy A. Yarynovycha «Burzhuzna rada ta inshi feiletony») [Genre features of the feuilletons of A. Nikovsky (based on the material from the collection of A. Yarinovich «Bourgeois council and other feuilletons»)]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina*, vyp. 78, 123–129 [in Ukrainian].
- Kozhenovska-Bihun, A. (2018). Obraz viiny na Skhodi Ukrainy u feiletonakh Natalii Vorozhbyt dlia polskoho zhurnalu «Teatr» [The image of war in the East of Ukraine in the feuilletons of Natalia Vorozhbyt for the Polish magazine «Teatr»]. *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. Slovianska filolohiia*, vyp. 798, 42–49 [in Ukrainian].
- Livytska, I. (2010). «V labiryntakh liudskoi dushi» (Istoriia doslidzhennia khudozhnoho psykholohizmu ukraïnskoi literatury) [«In the Labyrinths of the Human Soul» (History of the Study of Artistic Psychology in Ukrainian Literature)]. *Literaturoznavchi obrii. Pratsi molodykh uchenykh*, 17, 54–60 [in Ukrainian].
- Melnyk, O. (2015). Suchasnyi literaturnyi feileton: obiekty khudozhnoi uvahy ta vyrazhalni zasoby (na materialy «Literaturnoi Ukrainy») [Modern literary feuilleton: objects of artistic attention and means of expression (based on the material of Literary Ukraine)]. *Studia methodologica*, № 40, 438–442 [in Ukrainian].
- Pavliv, V. (2015). Zhurnalistskyi feileton i profesiina etyka [Journalist feuilleton and professional ethics]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, vyp. 14, 77–81 [in Ukrainian].
- Pavliv, V. (2013). Zhurnalistskyi feileton u Interneti: mozhlyvosti ta zahrozy [Journalist feuilleton on the Internet: opportunities and threats]. *Tele- ta radiozhurnalistyka*, vyp. 12, 161–165 [in Ukrainian].
- Rusnak, I. (2020). Poetyka feiletonu «Podiebradskyi Chycherone» Mykoly Chyrskoho [Poetics of the feuilleton «Podebrad Cicherone» by Mykola Chirsky]. *Synopsys: tekst, kontekst, media*, 26 (4), 131–137 [in Ukrainian].

- Semeniuk, O. (2019). Vplyv sotsiokulturnykh faktoriv na rozvytok ukrainskoho feiletону [The influence of sociocultural factors on the development of the Ukrainian feuilleton]. *Naukovi zapysky. Seriya: Filolohichni nauky*, vyp. 175, 430–436 [in Ukrainian].
- French (1926). Zhertyvy kino (Trahichnyi felieton) [Victims of cinema (Tragic feuilleton)]. *Kino*, №10, 16–17 [in Ukrainian].
- Chyk, D. (2012). Obraz Inshoho v ukrainskomu i anhliiskomu feiletони pershoi polovyny KhIKh st. [Image of the Other in the Ukrainian and English feuilleton of the first half of the 19th century]. *Filolohichni nauky. Literaturoznavstvo*, 13, 137–141 [in Ukrainian].
- Yurchenko, Yur. (1926). Hollywood v Odesi [Hollywood in Odessa]. *Kino*, №6–7, 20–21 [in Ukrainian].

### **Специфіка фейлетонів журналу «Кіно» за 1926 рік**

**Ганна Холод,**

*кандидат філологічних наук,*

*директор ГО «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ»,*

*професор кафедри журналістики*

*Навчально-наукового інституту психології та соціальних наук*

*Міжрегіональної академії управління персоналом*

*(м. Київ, Україна).*

### **Анотація**

*Мета статті – з'ясувати специфіку фейлетонів, надрукованих у журналі «Кіно» за 1926 рік.*

**Методологія.** *У процесі дослідження використано описовий, системний методи, метод аналізу, синтезу, статистичний метод, герменевтичний метод. Описовим методом зафіксовано інформацію, необхідну для висвітлення теми наукової статті. За допомогою системного методу комплексно проаналізовано зміст та форму фейлетонів. Метод аналізу дозволив виокремити з текстів композиційні прийоми й елементи, засоби психологізму. Методом синтезу презентовано функціональні особливості елементів формозмісту. Завдяки герменевтичному методу запропоновано оригінальні інтерпретації проаналізованих текстів. Завдяки статистичному методу з'ясовано кількісне співвідношення використаних композиційних елементів і прийомів, засобів психологізму для моделювання образів персонажів або колективного образу глядача.*

**Результати дослідження.** *У журналі «Кіно» за 1926 рік надруковано 4 фейлетони, де порушено актуальні проблеми, виникнення яких зумовлені тогочасною специфікою розвитку кінематографа, детермінованою культурним і соціально-політичним чинниками.*

**Висновки.** *Тематика й проблематика фейлетонів глибше розкривається за допомогою креолізації текстів, зокрема йдеться про використання у всіх фейлетонах ілюстрацій, яким притаманна багатофункціональність, із текстівками-цитатами. Сюжет фейлетонів, композиційними особливостями яких є поділ текстів на частини, використання композиційного обрамлення, композиційного прийому «розповідь у розповіді», реклами фільму, описів, представлено за допомогою або гетеродієгетичного, або гомодієгетичного нараторів, а також завдяки їхній контамінації. Для моделювання образної системи фейлетонів авторами використано різноманітні засоби психологізму, зорові, звукові, одоративні деталі, художні засоби, що надають фейлетонам динамізму, експресивності, підвищують гумористичний і сатиричний ефекти.*

**Ключові слова:** *фейлетон, журнал «Кіно», засоби психологізму, композиційні елементи, композиційні прийоми.*

*Submitted to the editor – 16.08.2023*

*Review 1 – 12.09.2023*

*Review 2 – 13.09.2023*

*Accepted for printing – 21.09.2023*

*Подано до редакції – 16.08.2023*

*Рецензія 1 – 12.09.2023*

*Рецензія 2 – 13.09.2023*

*Прийнято до друку – 21.09.2023*




# **APPLIED SOCIAL AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES**

---

**ПРИКЛАДНІ  
СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ  
ТЕХНОЛОГІЇ**

**Formation of mass media image of Ukraine  
by means of the Antwerp newspaper «Het Laatste Nieuws»  
(during the third period of the Russian-Ukrainian war)**



<p><b>Snizhana Hontariuk,</b> Department of Journalism, E-mail: <a href="mailto:snizhana.hontariuk@gmail.com">snizhana.hontariuk@gmail.com</a>, <a href="https://orcid.org/0009-0007-1201-1101">https://orcid.org/0009-0007-1201-1101</a> Vasil Stefanik Carpathian National University, Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76000; Antwerp, Belgium.</p>	<p><i>Citation:</i> Hontariuk, S. (2023). Formation of mass media image of Ukraine by means of the Antwerp newspaper «Het Laatste Nieuws». <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, 15(1), 78–95. DOI: 10.51423/2524-0471-2023-15-1-5 © Hontariuk, S. (2023).  Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
---	---

### **Annotation**

*The purpose of the study was to identify the means of forming the mass media image of Ukraine during the third period of the Russian-Ukrainian war by the foreign media «Het Laatste Nieuws».*

*Research methodology.* The research was carried out by conducting a quantitative and qualitative content analysis of 10 issues of the Antwerp newspaper «Het Laatste Nieuws» in the period from 23.02.2023 to 31.03.2023.

*Total number of analyzed publications:* 1002 publications or 100% of these, 27 publications (2.69%) related to Ukraine/the war in Ukraine were found.

*News about Ukraine and/or the war in Ukraine is most often published in the special column «War in Ukraine» («Oorlog in Ukraine»).*

*According to the results of processing the received data, it was established that the Antwerp newspaper «Het Laatste Nieuws» forms a positive image of our country on the world information area, highlighting the whole truth about the brutal war that Russia started on the territory of Ukraine.*

*Conclusions.* Demonstration of the military feats of our army, courage, bravery, endurance, heroism and patriotism of the Ukrainian military help to form the image of Ukraine as a protective country with high moral principles, competitive and purposeful. A positive mass media image of the country in the international information space determines its place in the world ranking, ensures a successful future and development side by side with the leading countries of the world. The journalists of the Antwerp newspaper contribute to the formation of a prestigious image of Ukraine in the international information space, talking about the resistance of Ukrainians, the culture and the ordinary life of the people in the conditions of Russian aggression. Demonstrating the truth about the aggressor country and the atrocities committed by the second army of the world on the territory of our country, «Het Laatste Nieuws» debunks myths and stereotypes about the «power and dignity of the Russian Federation».

*Keywords:* image of Ukraine, mass-media, international information area, mass media image of Ukraine.

### **Формування масмедійного іміджу України**

**засобами антверпенської газети «Het Laatste Nieuws»  
(під час третього періоду російсько-української війни)**

**Сніжана Гонтарюк,**  
кафедра журналістики,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
(м. Івано-Франківськ, Україна;  
м. Антверпен, Бельгія)

### **Вступ**

Дослідження присвячене проблемі формування масмедійного іміджу України засобами антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» (під час третього періоду російсько-української війни). Досі ця тема не досліджувалася науковцями.

*Об'єктом* подальшого аналізу було обрано масмедійний імідж України в міжнародному інфопросторі на прикладі антверпенської газети «Het Laatste Nieuws». *Предметом дослідження* – особливості формування масмедійного іміджу України на міжнародній інформаційній арені.

*Гіпотеза дослідження* полягала в тому, що антверпенська газета «Het Laatste Nieuws» формує позитивний масмедійний імідж України на інформаційній арені світу на тлі широкомасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну (третій період російсько-української війни, починаючи від 24.02.2022 і триває досі).

*Метою дослідження* ми обрали ідентифікацію засобів формування масмедійного іміджу України під час третього періоду російсько-української війни закордонним медіа «Het Laatste Nieuws».

#### *Історія дослідження проблеми*

Особливості формування іміджу держави на міжнародній арені в умовах сьогодення й безпосередня участь інформаційно-комунікативних технологій цього процесу стали підґрунтям для досліджень представників різних наукових шкіл, теорій, концепцій і підходів у всьому світі: В. Бабіна, В. Латишева (2021); Г. Вербицька (2013); Л. Губерський, Є. Камінський та Є. Макаренко (2007); В. Королько (2001); О. Квактун, О. Вертелецька, К. Калініченко (2018); Г. Лавриненко (2011); А. Старостіна, В. Кравченко, Г. Личова (2010); Г. Почепцов (2000); В. Продан (2023); О. Семченко (2014) та інші. Дослідження питання формування масмедійного іміджу України серед світової спільноти вважаємо важливим елементом розвитку для нашої держави, а праці, згадані нижче, умовно називатимемо дотичними.

Події третього періоду російсько-української війни заповнили міжнародний інфопростір. Починаючи з 24.02.2022 року іноземний реципієнт відкриває для себе нову країну – Україну. Призма пострадянщини поступово зникає, а наша країна вперше за 32 роки незалежності відкривається іноземному глядачеві/читачеві/слухачеві. Про неї говорять у новинах, транслюють зруйновані країною-сусідом міста, українські пісні звучать на європейських радіостанціях, а зірки світового масштабу виголошують слова підтримки Україні й українцям на всіх сучасних інтернет-платформах. На нашу думку, масмедійний імідж України в міжнародному інфопросторі відіграє ключову роль у перебігу третього періоду російсько-української війни.

Американський дослідник іміджу Ліліан Браун вважає, що «образ держави – це база, що визначає, яку репутацію має країна у свідомості своїх громадян і світової спільноти в результаті дії або бездієвості тих або інших її суб'єктів, що взаємодіють із зовнішнім світом» (Браун, 2001 : 188).

Донедавна образ нашої держави у світі був нав'язаний низкою стереотипів, що не мають нічого спільного з реальністю. Колишня республіка СРСР – уже 32 роки незалежна самостійна держава. Попри це, ще й досі європейці запитують, чи Україна – це десь у Російській Федерації. Пропаганда зі сторони противника всі роки нашої незалежності викривлювала сприйняття України рештою світу, створюючи образ слабкої країни на міжнародній політичній та інформаційній аренах.

Сприйняття країни рештою світу визначає її місце на політичній арені. В умовах сьогодення позитивний імідж України в міжнародному інфопросторі – це запорука перемоги в російсько-українській війні та подальша підтримка світу в програмі відбудови й розвитку нашої держави. Ми вважаємо, що події третього періоду російсько-української війни дали поштовх до презентації України світові на всіх можливих медійних платформах як незалежної, сильної, дипломатичної, європейської держави.

*«Імідж держави на міжнародній арені формується завдяки діловим зв'язкам, шляхом культурного обміну (театр, музеї, виставки, кіно, музика), а також через засоби масової інформації, що є найбільш потужним і дієвим фактором формування уявлення про країну» (Чечель, 2016).*

Настав час глобальних змін. Час взаємодії України та світу: установлення ефективної дипломатії, співпраці й налагодження комунікації. Ключову роль у формуванні іміджу держави на міжнародній арені світу відіграють ЗМІ.

*«Ефективним механізмом формування іміджу як державної влади, так і держави в цілому є глобальні медіаструктури. Завдяки їм доводиться рівень довіри до влади, відповідно до цього держава вимушена адаптуватися до нових умов суспільного розвитку» (Войтович, 2007 : 680).*

Важливо розуміти, що формування масмедійного іміджу України вимагає постійної роботи, гнучкості, високого рівня адаптації до сучасності та професіоналізму. Варто подбати про спростування попереднього, хибного, іміджу країни й повністю оновити образ України в очах іноземної аудиторії.

*«Технологія оновлення іміджу України є одночасно відповідальною політикою і високою наукою. Тут потрібен пошук ефективних шляхів оптимізації масової свідомості, інформаційного оснащення привабливого іміджу України, відповідальність за які має взяти на себе наука» (Іщенко & П'єсцук, 2008).*

Залучення спеціалістів і розвиток наукової галузі з питань формування позитивного іміджу України (внутрішнього та зовнішнього) є невід'ємним елементом якісно нового процвітання країни на одному рівні з рештою світу. Наше завдання – відкрити Україну світові по-новому.

#### Методи й методика дослідження



*Методи*, що допомогли нам під час дослідження, умовно можна поділити на *теоретичні та практичні*.

Серед *теоретичних методів* ми використали такі: ми застосували *індуктивний метод*, щоб вивести загальні положення зі спостереження низки фактів. Завдяки *узагальненню* встановили маркери впливу зарубіжних ЗМІ на формування масмедійного іміджу України. *Гіпотетико-дедуктивний метод* допоміг нам висунути гіпотезу, що «Het Laatste Nieuws» створює позитивний імідж України на міжнародній інформаційній арені. *Систематизація* отриманих даних допомогла нам сформулювати висновки.

Щодо *практичних методів*, ми провели *контент-аналіз* (Контент-аналіз, 2023) зарубіжної газети «Het Laatste Nieuws», що дозволив нам визначити теми, події й погляди на ситуацію в Україні з точки зору іноземної аудиторії. *Моніторинг* зарубіжної преси допоміг визначити місце України на міжнародній інформаційній арені. Додатково здійснили *опитування* користувачів у соціальних мережах «Telegram», «Instagram» і «TikTok» за допомогою застосунку «Google Forms», що допомогло нам підтвердити актуальність і важливість обраної теми дослідження.

*Методика дослідження*.

Опитування проводилося за допомогою застосунку «Google Forms». Респонденти – користувачі соціальних мереж «Instagram», «Telegram», «TikTok».

Ми опитали 100 респондентів віком від 15 року до 41 року. Усі респонденти – мешканці України (Івано-Франківська, Вінницька, Чернівецька, Львівська, Донецька, Тернопільська й Полтавська області). Частина респондентів на момент проведення опитування знаходилася в Бельгії (Брюссель, Антверпен), Естонії, Німеччині, США, Польщі (Вроцлав, Варшава), Чехії, Італії, Іспанії.

Опитування складалося із 7 запитань: 1–3 запитання із вписуванням короткої відповіді; 4–7 обрати варіант відповіді (здебільшого «так...», «ні...», «важко відповісти»).

1. Ваше ім'я.

2. Місце перебування в даний момент часу.

3. Вік.

4. Чи вважаєте ви необхідним дослідження міжнародного інфопростору на предмет висвітлення подій третього періоду російсько-української війни (починаючи з 24.02.2022)?

5. Чи побудова позитивного масмедійного іміджу України на міжнародній інформаційній арені відіграє важливу роль для нашої країни?

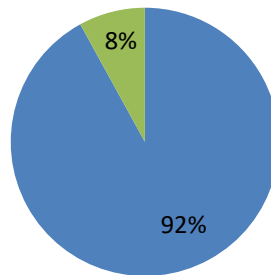
6. Чи знаєте ви, що Королівство Бельгія активно підтримує Україну?

7. Чи є необхідним і важливим дослідження медіапростору Бельгії як стратегічного партнера України на предмет формування позитивного іміджу України під час третього періоду російсько-української війни (із 24.02.2022 р. і дотепер)?

## Результати дослідження

Дослідження було здійснено шляхом проведення кількісного та якісного контент-аналізу 10 випусків антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» у період із 23.02.2023 до 31.03.2023 рр.

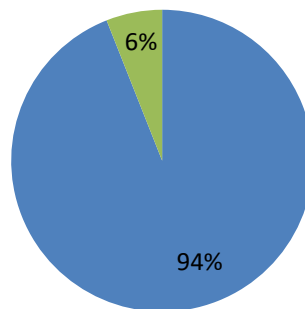
За результатами проведеного опитування, 92% респондентів вважають необхідним дослідження міжнародного інфопростору на предмет висвітлення подій третього періоду російсько-української війни (починаючи з 24.02.2022), «важко відповісти» обрали 8% опитуваних;



■ Так, вважаю необхідним ■ Ні, не слід звертати увагу ■ Важко відповісти

*Діаграма 1. Результати відповідей на запитання «Чи вважаєте ви необхідним дослідження міжнародного інфопростору на предмет висвітлення подій третього періоду російсько-української війни (починаючи з 24.02.2022)?».*

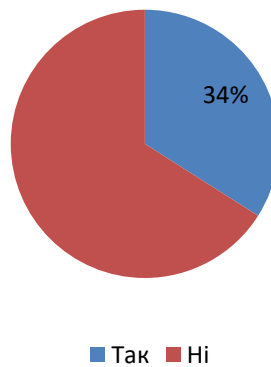
94% респондентів вважають побудову позитивного масмедійного іміджу України на міжнародній інформаційній арені таким, що «відіграє важливу роль для нашої країни». Ще 6% «важко відповісти»;



■ Відіграє важливу роль ■ Ні, не слід звертати увагу ■ Важко відповісти

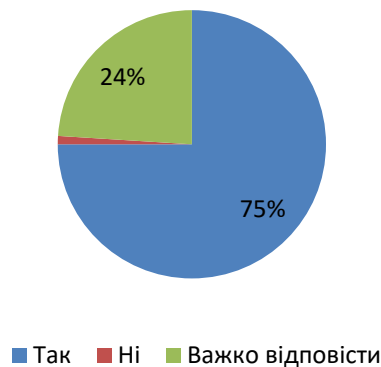
*Діаграма 2. Результати відповідей на запитання «Чи побудова позитивного масмедійного іміджу України на міжнародній інформаційній арені відіграє важливу роль для нашої країни?».*

66% респондентів не знають, що Бельгія зараз активно підтримує Україну. Меншій частині (34%) ця інформація була відомою.



Діаграма 3. Результати відповідей на запитання «Чи знаєте ви, що Королівство Бельгія активно підтримує Україну?».

75% аудиторії на запитання «Чи є необхідним і важливим дослідження медіапростору Бельгії як стратегічного партнера України на предмет формування позитивного іміджу України під час третього періоду російсько-української війни (із 24.02.2022 р. і дотепер)?» відповіли «так», варіант «важко відповісти» натиснули 24% респондентів, а 1% опитуваних – «ні».



Діаграма 4. Результати відповідей на запитання «Дослідження медіапростору Бельгії як стратегічного партнера України на предмет формування позитивного іміджу України під час третього періоду російсько-української війни (із 24.02.2022 р. і дотепер) є необхідним і важливим?».

Загальна кількість проаналізованих публікацій: 1002 публікації, або 100%. Із них було виявлено 27 публікацій (2,69%), пов'язаних з Україною/війною в Україні.

1. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 23.02.2023 містить 107 публікацій (100%), 6 (5,6%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни. Серед них – «У воєнний час наш гардероб адаптується» (Tondeleir, 2023); «Після року війни Зеленський виявляється іконою моди» (Tondeleir, 2023); «Я ніколи більше не буду щасливим. Я бачив забагато» (De Meyer, 2023); «Зеленський поділився фото нашого журналіста на передовій» (S.V.M., 2023); «Невдале випробування ядерної ракети «Сатана-2» перед приїздом Байдена в Україну» (S.V.M., 2023); «Коли я розмовляв з Тоні, він був на межі зламу» (De Bruyne, 2023).

2. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 24.02.2023 містить 95 публікацій (100%), 4 (4,21%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни: «Завжди, коли спрацьовує повітряна тривога, ми їмо печиво» (De Leebeeck, 2023); «Путін планує розширити ядерний арсенал» (J.D.H., 2023); «Небагато бельгійських компаній залишають Росію» (J.D.H., 2023); «Я можу вижити будь-де, але не називайте мене героїнею» (Tondeleir, 2023).

3. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 28.02.2023 містить 97 публікацій (100%), 3 (3,09%) з яких стосуються України та/або російсько-української війни. Серед них – «Цього року Бельгія імпортує російський газ на 400 млн євро» (Van Lier, 2023); «Україна увіковічила битву на своїй банкноті» (J.D.H., 2023); «Зеленський звільнив старшого командувача армії» (J.D.H., 2023).

4. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 03.03.2023 містить 100 публікацій (100%), 2 (2,0%) з яких стосуються України та/або російсько-української війни: «Майстер-клас «Диктатура в 10 цифрах». Так ви змушуєте своїх людей бути фанатами» (Van Vlierden, 2023); «Стівен Сігал отримав нагороду від Путіна» (B.D.B., 2023).

5. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 10.03.2023 містить 102 публікації (100%), 3 (2,94%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни. Серед них – «Одна з найбільших повітряних атак із початку конфлікту. Росія може продовжувати обстріли ще два роки» (Neven, 2023); «Etex показує рекордний прибуток, незважаючи на зруйнований український завод» (J.V.G., 2023).

6. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 14.03.2023 містить 88 публікацій (100%), 1 (1,13%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни: «1000 мертвих росіян на день, навіть це не бентежить Путіна» (Neven, 2023).

7. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 17.03.2023 містить 112 публікації (100%), 3 (2,67%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни. Серед них – «Уже переможець війни» (Vanderstraeten, 2023); «Бельгія постачає 240 одиниць військової техніки» (J.D.H., 2023); «Польські винищувачі для Зеленського» (J.D.H., 2023).

8. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 21.03.2023 містить 103 публікації (100%), 1 (0,97%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни: «Один прийом – не інший. Путін вітає близького друга Сі» (B.N.G., 2023).

9. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 30.03.2023 містить 100 публікації (100%), 3 (3,0%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни. Серед них – «У Бахмуті битимуться до останнього клаптика землі. Місто досі не взяте росіянами» (Van Bastelaere); «Путін – карлик з комплексом Наполеона» (K.V.E., 2023).

10. Випуск антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» від 31.03.2023 містить 98 публікацій (100%), 1 (1,02%) із яких стосуються України та/або російсько-української війни: «Путін хоче набрати ще 400 тисяч військових» (J.D.H., 2023).

Кількісний контент-аналіз покликаний визначити кількість згадок про предмет чи явище в міжнародних медіа. За допомогою цього типу аналізу можна визначити співвідношення й частоту появи образу України, українців, подій третього періоду російсько-української війни в міжнародному інфопросторі. Це дозволить краще зрозуміти процес і шляхи формування позитивного масмедійного іміджу України за кордоном, а також пришвидшить результат.

Якісний аналіз проводять для отримання розуміння, сприйняття й ставлення до певного об'єкта, явища, події чи процесу. Для цього аналізують соціальні мережі й сучасні тренди, вивчають масмедійні продукти (контент), аудиторію (її вподобання, настрої, емоції, реакцію на певне явище/предмет, ставлення до нього), спостерігають і вивчають конкурентів. У нашому випадку масмедійний імідж решти країн.

Ми здійснили кількісний аналіз 10 випусків голландськомовної газети «Het Laatste Nieuws», яку вважають найпопулярнішою газетою в місті Антверпені й Бельгії в цілому. Газета заснована 7 червня 1888 року Джуліусом Хостом-старшим.

1. Проаналізований часовий проміжок: 23.02.2023 – 31.03.2023.

2. Загальна кількість проаналізованих публікацій становить 1002 публікації, урахувавши рекламну інформацію, прогноз погоди й розважальну рубрику.

3. Кількість публікацій про Україну, події третього періоду російсько-української війни становить 1–6 матеріалів на випуск, це 0,97% – 5,6% від загальної кількості публікацій.

4. Згадки про Україну, війну в Україні публікуються в газеті щодня, найчастіше в рубриці «Війна в Україні» («Oorlog in Oekraïne»).

5. Дати випусків газети: 23.02.2023; 24.02.2023; 28.02.2023; 03.03.2023; 10.03.2023; 14.03.2023; 17.03.2023; 21.03.2023; 30.03.2023; 31.03.2023.

Зібрані дані щодо кількісного аналізу газети «Het Laatste Nieuws» подаємо у формі таблиці нижче.

Ми провели якісний аналіз випусків газети «Het Laatste Nieuws» на предмет формування масмедійного іміджу України впродовж третього періоду російсько-української війни. Пропонуємо покроково ознайомитися з результатами:

1) 23.02.2023. «У воєнний час наш гардероб адаптується» (Tondeleir, 2023); «Після року війни Зеленський виявляється іконою моди» (Tondeleir, 2023); «Я ніколи більше не буду щасливим. Я бачив забагато» (De Meyer, 2023); «Зеленський поділився фото нашого журналіста на передовій» (S.V.M., 2023); «Невдале випробування ядерної ракети «Сатана–2» перед приїздом Байдена в Україну» (S.V.M., 2023); «Коли я розмовляв з Тоні, він був на ногах» (De Bruyne, 2023);

• «У воєнний час наш гардероб адаптується» (Tondeleir, 2023); «Після року війни Зеленський виявляється іконою моди» (Tondeleir, 2023). Ці публікації присвячені моді та Володимирові Зеленському як іконі стилю. Увесь світ наслідує його стиль, а такі великі бренди, як H&M, ZARA тощо, популяризують колір хаки в соціумі. Нагадаємо, що колір хаки використовується військовими більшості країн світу для камуфляжу;

• «Я ніколи більше не буду щасливим. Я бачив забагато» (De Meyer, 2023). Ціла шпальта присвячена гентському лікарю українського походження, що опікувався українськими цивільними й солдатами в Україні. Ігор Вітенко розповів антверпенській газеті всю правду про жорстоку війну, що розпочала Російська Федерація на території України. «Невинні люди з відрізаними грудьми та вухами та буквою Z на животі? Це мене зламало», – Ігор Вітенко. Матеріал демонструє звірства російських військових на території України й героїзм наших захисників і захисниць, цивільного населення й медиків. Відверто, правдиво, емоційно, об'єктивно й моторошно;

• «Зеленський поділився фото нашого журналіста на передовій» (S.V.M., 2023), тобто закордонні журналісти (зокрема, бельгійські) їдуть в Україну, щоб правдиво висвітлювати події третього періоду російсько-української війни. Журналіст навіть зустрівся з Президентом України Володимиром Зеленським, що засвідчив сам Президент України на своїй сторінці в соцмережах. Такий хід збільшує довіру й підсилює інтерес зарубіжної аудиторії до подій в Україні й життя українців, адже інформація була отримана саме бельгійським журналістом, тобто така, якій можна довіряти.

Таблиця 1.  
Співвіднесення показників газетних матеріалів про Україну з показниками матеріалів на інші теми в 10 випусках антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» у період із 23.02.2023 до 31.03.2023

№ з/п	Дата випуску газети	Загальна кількість матеріалів у випуску (кільк./%)	Кількість матеріалів про Україну (кільк./%)	Матеріали на інші теми (кільк./%)
1	2	3	4	5
1	23.02.2023	107/100	6/5,6	101/94,4
2	24.02.2023	95/100	4/4,21	91/95,79
3	28.02.2023	97/100	3/3,09	94/96,91
4	03.03.2023	100/100	2/2,0	98/98,0
5	10.03.2023	102/100	3/2,94	99/97,06
6	14.03.2023	88/100	1/1,13	87/98,87
7	17.03.2023	112/100	3/2,67	109/97,33
8	21.03.2023	103/100	1/0,97	102/99,03
9	30.03.2023	100/100	3/3,0	97/97,0
10	31.03.2023	98/100	1/1,02	97/98,98
РАЗОМ	23.02.2023–31.03.2023	1002/100	27/2,663	975/97,30
САЧ*	–	100,2/100	2,7/2,663	9,75/97,337

*Примітки:*

*САЧ – середнє арифметичне число, або середній показник.*

• «Невдале випробування ядерної ракети «Сатана-2» перед приїздом Байдена в Україну» (S.V.M., 2023). Ця новина покликана збурити почуття відповідальності світової спільноти. Путін + ядерна зброя = ненайкращий сценарій. Та Україна досі стоїть, а Президент США все одно прибув з офіційним візитом до Києва. Україна – країна-захисниця світового спокою та приклад незламної мужності. Навіть більше, візит Джо Байдена сигналізує про конкурентне місце України в міжнародній політиці;

• «Коли я розмовляв з Тоні, він був на межі зламу» (De Bruyne, 2023). Інтерв'ю добровольця з Бельгії. «Він не мав військової підготовки, не кажучи вже про досвід війни. Але східнофламандець Тоні Нойкерманс (34) покинув усе, щоб воювати на фронті в Херсоні. Його жахливий досвід описаний у звіті Люка Хекенса, який хоче зрозуміти, що спонукає когось ризикувати життям у такій війні». Опис жахливих та виснажливих боїв на лінії

фронту, підтримка й утрата побратимів, мужність і час, про який він ніколи не шкодуватиме, адже доброволець хотів допомагати українцям. Гола правда. Україна – країна, яку хочеш захищати ціною власного життя;

2) 24.02.2023. «Завжди, коли спрацьовує повітряна тривога, ми їмо печиво» (De Leebeeck, 2023); «Путін планує розширити ядерний арсенал» (J.D.H., 2023); «Небагато бельгійських компаній залишають Росію» (J.D.H., 2023); «Я можу вижити будь-де, але не називайте мене героїнею» (Tondeleir, 2023);

• «Завжди, коли спрацьовує сигнал повітряної тривоги, ми їмо печиво» (De Leebeeck, 2023). Про незламний Київ, що живе майже звичайне життя в умовах війни. Кафе й ресторани відкриті, діти ходять до школи, бізнес працює, а розгромлені російські танки як експонати на вулицях нагадують про реальність. Публікація демонструє незламність українського народу, винахідливість і швидке реагування на «подразник» – сигнал повітряної тривоги. Попри все, життя продовжується;

• «Путін планує розширити ядерний арсенал» (J.D.H., 2023). Сигналізує про потенційну загрозу глобального масштабу. Погрози світові, гіперзвукові ракети, що постійно наводять на Україну. Матеріал може бути закликком для військової допомоги Україні, адже країна наразі захищає не тільки власні кордони, а й життя цілого світу;

• «Небагато бельгійських компаній залишають Росію» (J.D.H., 2023). Інформація про те, що з березня 2022 року ситуація досі не змінилася;

• «Я можу вижити будь-де, але не називайте мене героїнею» (Tondeleir, 2023). Історія про єдину представницю Фламандського Червоного хреста в Україні. Анке Берт каже, що Україна стала її особистим тестом на витривалість. Виявилось, що вона дуже витривала. Відсутність електроенергії, достатньої кількості ліків для похилих людей, фінансова допомога від уряду Бельгії. Цей матеріал не просто розповідає про чергову місію Анке Берт, а розповідає про життя українців в умовах війни, яке вже не буде попереднім, і про те, як українці вправно долають труднощі. Українці витривалі, зухвалі, ерудовані й мужні. Економіка досі працює, безпілотники досі атакують;

3) 28.02.2023. «Цього року Бельгія імпортує російський газ на 400 млн євро» (Van Lier, 2023); «Україна увіковічила битву на своїй банкноті» (J.D.H., 2023); «Зеленський звільнив старшого командувача армії» (J.D.H., 2023);

• «Цього року Бельгія імпортує російський газ на 400 млн євро» (Van Lier, 2023). «За перші два місяці цього року наша країна імпортувала з Росії через порт Зебрюгге скрапленого газу на суму не менше 400 млн євро. Тільки Японія імпортує більше російського газу в усьому світі. Цими мільйонами Путін фінансує війну в Україні, кажуть критики. За словами оператора газових мереж Fluxys, він просто зобов'язаний виконувати свої договірні зобов'язання», – Robbe Van Lier (Van Lier, 2023). Розуміння того, що українців убивають коштом бельгійців за газ, від якого досі не відмовилася Європа. Годі російського газу, треба посилити санкції;

• «Україна увіковічила битву на своїй банкноті» (J.D.H., 2023). Ідеться про банкноту, випущену до річниці повномасштабного вторгнення, і фінансову допомогу від США. Креативність українців у важкі часи, фінансова підтримка є необхідною для України;

• «Зеленський звільнив старшого командувача армії» (J.D.H., 2023). Підтримка інформаційного інтересу. Правдива інформація про постійні обстріли українських міст на Донбасі. Перші згадки про майбутній контрнаступ Києва. Зображення реальної ситуації в Україні;

4) 03.03.2023. «Майстер-клас «Диктатура в 10 цифрах». Так ви змушуєте своїх людей бути фанатами» (Van Vlierden, 2023); «Стівен Сігал отримав нагороду від Путіна» (B.D.V., 2023);

- *«Майстер-клас «Диктатура в 10 цифрах». Так ви змушуєте своїх людей бути фанатами»* (Van Vlierden, 2023). Висміювання диктаторської влади Путіна, засудження підтримки війни в Україні. Ідеться про страх і підтримку режиму Путіна росіянами, утечі із країни, блокування сайтів, низький рівень життя росіян тощо;
- *«Стівен Сігал отримав нагороду від Путіна»* (B.D.V., 2023). Чергове засудження підтримки Путіна та жакливого війни в Україні, котру розпочала РФ;
- 5) 10.03.2023. *«Одна з найбільших повітряних атак із початку конфлікту. Росія може продовжувати обстріли ще два роки»* (Neven, 2023); *«Etex показує рекордний прибуток, незважаючи на зруйнований український завод»* (J.V.G., 2023);
  - *«Одна з найбільших повітряних атак з початку конфлікту. Росія може продовжувати обстріли ще два роки»* (Neven, 2023). Чергове засудження російської агресії в Україні. Відверті кадри того жаху, у якому доводиться жити українцям. Завали, розруха, відібрані життя – ось що несе у світ Російська Федерація. Українці дружні, незламні, об'єднані;
  - *«Etex показує рекордний прибуток, незважаючи на зруйнований український завод»* (J.V.G., 2023). Компанія зупинила роботу в Російській Федерації. Український завод – під обстрілами, та рекордний прибуток усе-таки є. Відмова від Російської Федерації – не крах бізнесу, радше навпаки. Задають тренд на відмову російського, щоб підтримати Україну;
- 6) 14.03.2023. *«1000 мертвих росіян на день, навіть це не бентежить Путіна»* (Neven, 2023). Відверта правда про війну Російської Федерації в Україні, цинізм Путіна й героїзм наших воїнів. Українські захисники – сміливці та вправні воїни;
- 7) 17.03.2023. *«Уже переможець війни»* (Vanderstraeten, 2023); *«Бельгія постачає 240 одиниць військової техніки»* (J.D.H., 2023); *«Польські винищувачі для Зеленського»* (J.D.H., 2023).
  - *«Уже переможець війни»* (Vanderstraeten, 2023). Ідеться про вправність українців, упевненість у нашій перемозі. Без сумніву, сміливий матеріал, що виказує прихильність до України та її народу;
  - *«Бельгія постачає 240 одиниць військової техніки»* (J.D.H., 2023). Постачальники – Бельгія й Нідерланди. Активна військова допомога. Приклад для решти світу;
  - *«Польські винищувачі для Зеленського»* (J.D.H., 2023). Зеленський – «амбасадор» бренду «Україна»;
- 8) 21.03.2023. *«Один прийом – не інший. Путін вітає близького друга Сі»* (B.N.G., 2023). «Стьоб» над Путіним та його столом. Китай начебто закликав Україну та Російську Федерацію до переговорів. У матеріалі подано висвітлення візиту й думки про підтримку Російської Федерації Китаєм;
- 9) 30.03.2023. *«У Бахмуті битимуться до останнього клаптика землі. Місто досі не взяте росіянами»* (Van Bastelaere); *«Путін – карлик із комплексом Наполеона»* (K.V.E., 2023);
  - *«У Бахмуті битимуться до останнього клаптика землі. Місто досі не взяте росіянами»* (Van Bastelaere). Друга армія світу досі не може взяти Бахмут. Українські воїни не віддадуть ні клаптика землі. Це зображає український військових справжніми патріотами й захисниками;
  - *«Путін – карлик із комплексом Наполеона»* (K.V.E., 2023). Абсолютна відвертість прибічників Путіна. Висміювання особистого іміджу диктатора;
- 10) 31.03.2023. *«Путін хоче набрати ще 400 тисяч військових»* (J.D.H., 2023). Потенційна небезпека для української армії, що не переважає по чисельності, проте виграє по вправності й майстерності.

### Обговорення результатів дослідження



Здійснивши кількісний та якісний аналіз 10 випусків антверпенської газети «Het Laatste Nieuws», ми отримали можливість виявити такі особливості:

- 1) про Україну дійсно говорять у зарубіжних медіа, зокрема в «Het Laatste Nieuws»;
- 2) для висвітлення подій в Україні створено окрему рубрику «Війна в Україні» («Oorlog in Oekraïne»). У декількох випусках з'являється рубрика «Рік війни в Україні»;
- 3) кількість публікацій становить у середньому 2,7 матеріали (2,663%) у випуску;
- 4) така кількість публікацій щодня дозволяє підтримувати інтерес до України, але не «нав'язувати» цю тему антверпенській аудиторії;
- 5) газета «Het Laatste Nieuws» успішно формує масмедійний імідж України, зважаючи на велику кількість публікацій, згадок і щоденного нагадування світові про незалежну країну, що захищає найвищі громадянські цінності: свободу та волю;
- 6) відверто й правдиво висвітлює події третього періоду російсько-української війни: ракетні обстріли міст і цивільного населення;
- 7) називає війну – війною. Показує звірства російських солдатів щодо мирного українського населення та військових;
- 8) активно засуджує збройну агресію Російської Федерації в Україні, диктаторський режим Путіна і його прибічників;
- 9) ефективно створює позитивний масмедійний імідж України в міжнародному інфопросторі. Демонструє незламність, стійкість, витривалість і героїзм українських військових на широку аудиторію. Зображує Україну сильною державою;
- 10) фінансова й військова допомога – запорука успіху українців, а значить, і миру у світі;
- 11) створює бренд нашої країни, народу, привертає увагу населення Антверпена й Бельгії до подій в Україні, формує зацікавленість до країни, її народу й побуту.

## Висновки

На початку дослідження було визначено мету подальшої роботи. Вона полягала в ідентифікації засобів формування масмедійного іміджу України під час третього періоду російсько-української війни закордонним медіа «Het Laatste Nieuws». Сформульована нами гіпотеза підтвердилася: антверпенська газета «Het Laatste Nieuws» формує позитивний імідж нашої країни на міжнародній інформаційній платформі під час третього періоду російсько-української війни.

На основі проведеного кількісного та якісного контент-аналізу десяти випусків антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» протягом періоду 23.02.2023 – 31.03.2023 ми визначили, що на формування масмедійного іміджу нашої країни за кордоном позитивно впливає значна кількість публікацій на шпальтах газети, об'єктивне висвітлення реалій третього періоду російсько-української війни, зображення життя й побуту українців в умовах воєнних дій. Демонстрація військових звітяг нашої армії, мужності, хоробрості, витривалості, героїзму й патріотизму українських військових допомагають сформувати імідж України як країни-захисниці, із високими моральними принципами, конкурентоспроможною й цілеспрямованою. Позитивний масмедійний імідж країни в міжнародному інфопросторі визначає її місце у світовому рейтингу, забезпечує успішне майбутнє й розвиток пліч-о-пліч із провідними країнами світу. Журналісти антверпенської газети сприяють формуванню престижного іміджу України в міжнародному інфопросторі, розповідаючи про спротив українців, культуру чи звичайне життя народу в умовах російської агресії. Демонструючи правду про країну-нападницю й ті звірства, що вчиняє друга армія світу на території нашої

держави, «Het Laatste Nieuws» розвінчує міфи та стереотипи про «могутність і гідність РФ». Тим самим скеровує світ на допомогу й міжнародне визнання України.

### Заява

#### Фінансування

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією та здійснювалося за рахунок автора.

#### Конфлікт інтересів

Жодного.

#### Етика

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики редакторсько-видавничого відділу громадської організації «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ».

#### Авторське право

Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution – ліцензії, що дозволяє необмежене використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

### Література

- Бабіна, В., Латишева, В. (2021). Проблеми формування позитивного іміджу України на міжнародній арені. *Наукові перспективи (Naukovi perspektivi)*, 7(13). [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7\(13\)-10-20](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7(13)-10-20)
- Браун, Л. (2001). *Імідж – шлях до успіху*, Харків, 188.
- Вербицька, Г. (2023, Серпень 11). Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування. Knukim. [http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1\\_1/knukim\\_zbirka\\_170x265mm\\_SMUK\\_part2\\_print.pdf](http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/knukim_zbirka_170x265mm_SMUK_part2_print.pdf)
- Войтович, Р.В. (2007). *Вплив глобалізації на систему державного управління (теоретико-методологічний аналіз)*. Київ: Вид-во НАДУ, 680.
- Губерський, Л.В., Камінський, Є.Є., Макаренко, Є.А. (2007). *Інформаційна політика України: європейський контекст*. Київ: Либідь, 360.
- Іщенко, М. & П'єцух, О. (2008). Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів. *Політичний менеджмент*, 4, 154–162. [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/ishchenko\\_imidzh.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/ishchenko_imidzh.pdf)
- Квактун, О.О., Вертелецька, О.М., & Калініченко, К. (2018). Концептуальні основи формування міжнародного іміджу України. *Економічний простір*, 135, 39–48. <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/261>
- Контент-аналіз (2023, 10 серпня). У *Wikipedia*. <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Контент-аналіз>
- Королько, В. Г. (2001). Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика. Київ: Видавничий дім «Скарби», 400.
- Лавриненко, Г. (2011) Формування міжнародного іміджу України в західному світі (на прикладі Польщі). *Політологія*, 4 (111), 149–154.
- Старостіна, А.О., Кравченко, В.А., Личова, Г. (2010). Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття. *Маркетинг в Україні*, 4, 61–66.
- Почепцов, Г. (2000). Паблік рилейшнз. Київ : Знання, 508.
- Продан, В.О. (2023, 2 серпня). Основні показники сучасного іміджу держави URL:<http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6753/2/Prodan.pdf>
- Семченко, О.А. (2014). *Іміджева політика України*. Київ: Академія, 272.

- Чечель, О.Ю. (2016). Формування іміджу держави на міжнародній арені. *Інвестиції: практика та досвід*, 10, 82–86. [http://www.investplan.com.ua/pdf/10\\_2016/20.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2016/20.pdf)
- Tondeleir, F. (2023, February 23). Na één jaar oorlog blik Zelensky een mode-icoon. *Het Laatste Nieuws*, 11 [In Netherlands].
- Demeyer, K. (2023, February 23). Gelukkig zalik nooit meer zijn. Ik heb te veel gezin. *Het Laatste Nieuws*, 12–13 [In Netherlands].
- S.V.M. (2023, February 23). Zelensky deelt foto van onze journalist aan het front. *Het Laatste Nieuws*, 12 [In Netherlands].
- S.V.M. (2023, February 23). Mislukte test met «Satan-2». *Het Laatste Nieuws*, 12 [In Netherlands].
- De Bruyne, J. (2023, February 23). Toen ik Tony sprak stond hij op breken. *Het Laatste Nieuws*, 33 [In Netherlands].
- De Leebeek, E. (2023, February 24). Alshet luchalarm afgaat, eten we koekjes. *Het Laatste Nieuws*, 14–15 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 24). Poetin gaat kernarsenaal uitbreiden. *Het Laatste Nieuws*, 14 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 24). Weinig Belgische bedrijven vertrekken uit Rusland. *Het Laatste Nieuws*, 14 [In Netherlands].
- Tondeleir, F. (2023, February 24). Ik kan overal overleven, maar noem Me niet heldhaftig. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- Van Lier, R. (2023, February 28). Belgiëvoert dit jaar al voor 400 miljoen euro vloeibaar Russisch gas in. *Het Laatste Nieuws*, 15 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 28). Oekraïne vereeuwigd strijd op nieuw bankbiljet. *Het Laatste Nieuws*, 15 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 28). Zelensky ontslaat hooggeplaatste legercommandant. *Het Laatste Nieuws*, 15 [In Netherlands].
- Van Vlierden, G. (2023, March 03). Masterclass “Dictatuur in 10 Cifers”. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- B.D.B. (2023, March 03). Steven Seagal krijgt onderscheiding van Poetin. *Het Laatste Nieuws*, 32 [In Netherlands].
- Neven, B. (2023, March 10). Rusland kan nog twee jaar verder met zijn raketten. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- J.V.G. (2023, March 10). Etex boekt recordwinst ondanks vernielde Oekraïense fabriek. *Het Laatste Nieuws*, 29 [In Netherlands].
- Neven, B. (2023, March 14). 1.000 dode Russen per dag, zelfs dat doet Poetinniet wankelen. *Het Laatste Nieuws*, 11 [In Netherlands].
- Vanderstraeten, S. (2023, March 17). Nu al winnaar van de oorlog. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, March 17). Belgiëlevert 240 militaire voertuigen. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, March 17). Poolse straaljagers voor Zelensky. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- B.N.G. (2023, March 21). De Ene Ontvangst is de Andere Niet. Poetinverwelkomt goede vriend Xi. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- Van Bastelaere, L. (2023, March 30). In Bachmoet zuilen ze vechten tot de laatste morzel grond. *Het Laatste Nieuws*, 20 [In Netherlands].
- K.V.E. (2023, March 30). Gelekt telefoongesprek: «Poetin is dwerg met napoleoncomplex». *Het Laatste Nieuws*, 20 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, March 31). Poetin wil nog eens 400.000 militairen rekruteren. *Het Laatste Nieuws*, 8 [In Netherlands].

## References

- Starostina, A.O., Kravchenko, V.A. & Lychova, G. (2010). Mizhnarodnyi imidzh krainy: sutnist, factory formuvannia, rivni spryiniattia [*International image of the country: essence, factors of formation, levels of perception*], 4, 61–66 [In Ukrainian].
- Babina, V. & Latysheva, V. (2021). Problemy formuvannia pozytyvnogo imidzhu Ukrainy na mizhnarodniy arena. Naukovi perspektyvy [*Problems of forming a positive image of Ukraine on the international arena. Scientific perspectives*], 7(13). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7\(13\)-10-20](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-7(13)-10-20) [In Ukrainian].
- Brown, L. (2001). *Imidzh – shliakh do uspihu [Image as the way to success]*: Харків, 188.
- Chechel, O. U. (2016). Formuvannia imidzhu derzhavy na mizhnarodniy area. Investments: practice and experience [Formation of the image of the state in the international area], 10, 82–86. [http://www.investplan.com.ua/pdf/10\\_2016/20.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/10_2016/20.pdf) [In Ukrainian].
- Content-analysis [Content Analysis] (2023, 10 July). In *Wikipedia*. <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Content-analysis>
- Ishchenko, M. & P'ietsuh, O. (2008). Imidzh Ukrainy v konteksti globalnyh transformatsiynyh protsesiv. *Politychnyi menedzhment* [The image of Ukraine in the global context transformational processes. The image of Ukraine in the global context transformational processes], 4, 154–162. [https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/ishchenko\\_imidzh.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/ishchenko_imidzh.pdf) [In Ukrainian].
- Kvaktun, O.O., Verteletska, O.M., & Kalinichenko, K. (2018). *Kontseptualni osnovy formuvannia mizhnarodnogo imidzhu Ukrainy. Ekonomichnyi prostir [Conceptual foundations of the formation of the international image of Ukraine. Economic space]*, 135, 39–48. <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/261> [In Ukrainian].
- Korolko, V. H. (2001). Pablyk ryleyshn. Naukovi osnovy, metodyka, praktyka [Public relations. scientific foundations, methodology, practice]. Kyiv : Vydavnychiy dim «Skarby», 400 [In Ukrainian].
- Hubersky, L.V., Kaminsky, E.Ye., & Makarenko, E.A. (2007). *Informatsiina polityka Ukrainy: uevropeyskiy kontekst [Information policy of Ukraine: European context]*. Kyiv: Lybid [In Ukrainian].
- Lavrynenko, G. (2011). *Formuvannia mizhnarodnogo imidzhu Ukrainy v zahidnomu sviti (na pryklady Polshchi) [Formation of the international image of Ukraine in the Western world (on the example of Poland)]*, 4 (111), 149–154 [In Ukrainian].
- Pocheptsov, G. (2000). Pablyk ryleishns [Public relations]. Kyiv: Znannia, 508 [In Ukrainian].
- Prodan, V.O. (2023, 2 serpnia). Osnovni pokaznyky suchasnoho imidzhu derzhavy [The Main Indicators of the State's Modern Image]. <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6753/2/Prodan.pdf>
- Semchenko, O.A. (2014). *Imidzheva polityka Ukrainy [Image politics of Ukraine]*. Kyiv: Academy. 272 [In Ukrainian].
- Sold to V.O. Main indicators of the state's modern image URL:<http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6753/2/Prodan.pdf>
- Verbytska G. *Mizhnarodnyi imidzh Ukrainy: problem ta shliakhy formuvannia [International image of Ukraine: problems and ways of formation]* [In Ukrainian].
- Voytovych, R.V. (2007). *Vplyv hlobalizatsii na systemu derzhavnoho upravlinnia (teoretyko-metodolohichnyj analiz) [The impact of globalization on the system of public administration (theoretical-methodological analysis)]*. Kyiv: Vydavnytstvo NADU [In Ukrainian].
- Tondeleir, F. (2023, February 23). Na één jaar oorlog blikht Zelensky een mode-icoon [After one year of the war, Zelensky looks like a fashion icon]. *Het Laatste Nieuws*, 11 [In Netherlands].

- Demeyer, K. (2023, February 23). Gelukkig zalik nooit meer zijn. Ik heb te veel gezin [I will never be happy again. I have seen too much]. *Het Laatste Nieuws*, 12-13 [In Netherlands].
- S.V.M. (2023, February 23). Zelensky deelt foto van onze journalist aan het front [Zelensky shares photo of our journalist at the front]. *Het Laatste Nieuws*, 12 [In Netherlands].
- S.V.M. (2023, February 23). Mislukte test met «Satan-2» [Failed test with «Satan-2»]. *Het Laatste Nieuws*, 12 [In Netherlands].
- De Bruyne, J. (2023, February 23). Toen ik Tony sprak stond hij op breken [When I spoke to Tony he was about to break]. *Het Laatste Nieuws*, 33 [In Netherlands].
- De Leebeeck, E. (2023, February 24). Alshet luchtalarm afgaat, eten we koekjes [When the air raid siren goes off, we eat cookies]. *Het Laatste Nieuws*, 14–15 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 24). Poetin gaat kernarsenaal uitbreiden [Putin plans to expand nuclear arsenal]. *Het Laatste Nieuws*, 14 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 24). Weinig Belgische bedrijven vertrekken uit Rusland [Few Belgian companies leave Russia]. *Het Laatste Nieuws*, 14 [In Netherlands].
- Tondeleir, F. (2023, February 24). Ik kan overal overleven, maar noem Me niet heldhaftig [I can survive anywhere, but don't call Me heroic]. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- Van Lier, R. (2023, February 28). Belgiëvoert dit jaar al voor 400 miljoen euro vloeibaar Russisch gas in [Belgium Imports liquefied Russian gas for 400 million euros this year]. *Het Laatste Nieuws*, 15 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 28). Oekraïne vereeuwigt strijd op nieuw bankbiljet [Ukraine immortalizes struggle on new banknote]. *Het Laatste Nieuws*, 15 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, February 28). Zelensky ontslaat hooggeplaatste legercommandant [Zelensky fires senior army commander]. *Het Laatste Nieuws*, 15 [In Netherlands].
- Van Vlieden, G. (2023, March 03). Masterclass “Dictatuur in 10 Cifers” [Masterclass “Dictatorship in 10 Steps”]. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- B.D.B. (2023, March 03). Steven Seagal krijgt onderscheiding van Poetin [Steven Seagal receives award from Putin]. *Het Laatste Nieuws*, 32 [In Netherlands].
- Neven, B. (2023, March 10). Rusland kan nog twee jaar verder met zijn raketten [Russia can continue with its missiles for another two years]. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- J.V.G. (2023, March 10). Etex boekt recordwinst ondanks vernielde Oekraïense fabriek [Etex reports record profit despite destroyed Ukrainian factory]. *Het Laatste Nieuws*, 29 [In Netherlands].
- Neven, B. (2023, March 14). 1.000 dode Russen per dag, zelfs dat doet Poetinniet wankelen [1,000 dead Russians a day, even that does not falter Putin]. *Het Laatste Nieuws*, 11 [In Netherlands].
- Vanderstraeten, S. (2023, March 17). Nu al winnaar van de oorlog [Already winner of the war]. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, March 17). Belgielever 240 militaire voertuigen [Belgium supplies 240 military vehicles]. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- J.D.H. (2023, March 17). Poolse straaljagers voor Zelensky [Polish fighter jets for Zelensky]. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- B.N.G. (2023, March 21). De Ene Ontvangst is de Andere Niet. Poetinverwelkomt goede vriend Xi [The Reception is Not the Other. Putin welcomes good friend Xi]. *Het Laatste Nieuws*, 17 [In Netherlands].
- Van Bastelaere, L. (2023, March 30). In Bachmoet zullen ze vechten tot de laatste morzel grond [In Bachmoet they will fight to the last bit of ground]. *Het Laatste Nieuws*, 20 [In Netherlands].
- K.V.E. (2023, March 30). Gelekt telefoongesprek: «Poetin is dwerg met napoleoncomplex» [Leaked phone call: «Putin is dwarf with Napoleon complex»]. *Het Laatste Nieuws*, 20 [In Netherlands].

J.D.H. (2023, March 31). Poetin wil nog eens 400.000 militairen rekruteren [Putin wants to recruit another 400,000 troops]. *Het Laatste Nieuws*, 8 [In Netherlands].

**Формування масмедійного іміджу України  
засобами антверпенської газети «Het Laatste Nieuws»  
(під час третього періоду російсько-української війни)**

**Сніжана Гонтарюк,**  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
(м. Івано-Франківськ, Україна; м. Антверпен, Бельгія)

**Анотація**

**Метою** дослідження було обрано ідентифікацію засобів формування масмедійного іміджу України під час третього періоду російсько-української війни закордонним медіа «Het Laatste Nieuws».

**Методика дослідження.** Дослідження було здійснено шляхом проведення кількісного та якісного контент-аналізу 10 випусків антверпенської газети «Het Laatste Nieuws» у період із 23.02.2023 до 31.03.2023 рр. Загальна кількість проаналізованих публікацій: 1002 публікації, або 100%. Із них було виявлено 27 публікацій (2,69%), пов'язаних з Україною/війною в Україні. Новини про Україну та/або війну в Україні найчастіше публікують у спеціальній рубриці «Війна в Україні» («Oorlog in Oekraïne»).

**За результатами** обробки отриманих даних було встановлено, що антверпенська газета «Het Laatste Nieuws» формує позитивний імідж нашої країни на інформаційній арені світу, висвітлюючи всю правду про жорстоку війну, яку розпочала Російська Федерація на теренах України.

**Висновки.** Демонстрація військових звитяг нашої армії, мужності, хоробрості, витривалості, героїзму й патріотизму українських військових допомагають сформувати імідж України як країни-захисниці, із високими моральними принципами, конкурентоспроможною й цілеспрямованою. Позитивний масмедійний імідж країни в міжнародному інфопросторі визначає її місце у світовому рейтингу, забезпечує успішне майбутнє й розвиток пліч-о-пліч із провідними країнами світу. Журналісти антверпенської газети сприяють формуванню престижного іміджу України в міжнародному інфопросторі, розповідаючи про спротив українців, культуру чи звичайне життя народу в умовах російської агресії. Демонструючи правду про країну-нападницю й ті звірства, що чинить друга армія світу на території нашої держави, «Het Laatste Nieuws» розвінчує міфи та стереотипи про «могутність і гідність РФ».

**Ключові слова:** імідж України, мас-медіа, міжнародна інформаційна арена, масмедійний імідж України.

Submitted to the editor – 11.08.2023

Review 1 – 28.08.2023

Review 2 – 19.09.2023

Accepted for printing – 30.09.2023

Подано до редакції – 11.08.2023

Рецензія 1 – 28.08.2023


Рецензія 2 – 19.09.2023

Прийнято до друку – 30.09.2023



**Propaganda technologies of the First World War,  
the Second World War and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023:  
comparative analysis**



<p><b>Evgenia Kostornova,</b> Department of Journalism, E-mail: <a href="mailto:ekostornova03@ukr.net">ekostornova03@ukr.net</a>, <a href="https://orcid.org/0009-0003-4042-9194">https://orcid.org/0009-0003-4042-9194</a> Vasil Stefanik Carpathian National University, Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk, Ukraine, 76000.</p>	<p><i>Citation:</i> Kostornova, E. (2023). Propaganda technologies of the First World War, the Second World War and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023: comparative analysis. <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, 15(1), 96–114. DOI: 10.51423/2524-0471-2023-15-1-8 © Kostornova, E. (2023).  Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
---	--

**Annotation**

The **purpose** of the study was to identify, describe, and compare propaganda manipulation technologies of the First World War, the Second World War, and the Russian-Ukrainian War of 2014–2023.

**Research methods.** The author used the methods of analogy and comparison, thanks to which he compared the technologies of propaganda manipulation during the First World War, the Second World War, and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023. The author used the method of description, in particular, drawing up tables to show the similarities and differences of the technologies of propaganda manipulation in periods selected for the analysis of wars.

The **research methodology** consisted of several procedures: creating Table 1 «Propaganda manipulation technologies during the First World War, the Second World War and the Russian-Ukrainian war 2014–2023», entering data according to the criteria: «Sources of propaganda», «Direction of propaganda», «Ideology», «Society's reaction to propagandistic manipulation technologies».

Based on the **results** of the analysis, it was established that the maximum number of propaganda sources was found in the Russian-Ukrainian war of 2014–2023. Among the orientations of propaganda, their commonality was found in the wars chosen for research. In the table and diagram we created, we investigated and depicted the difference in ideologies, and established the so-called transformation of ideology from the period of one war to the period of another. Researching society's reaction to propagandist manipulation technologies revealed a tendency to decrease the number of reactions, which is explained by the increase in control of all spheres of life during the wartime period and oppression by the state regarding protests and oppositional actions of the population.

**Conclusions.** Indeed, there are both similarities and differences in propaganda manipulation technologies in the period of wars chosen for study.

**Keywords:** propaganda, propaganda technologies, First World War, the Second World War, Russian-Ukrainian war.



## Пропагандистські технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років: порівняльний аналіз

Євгенія Косторнова,

кафедра журналістики,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

(м. Івано-Франківськ, Україна)

### Вступ

Дослідження присвячене порівняльному аналізу пропагандистських технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років. Російські маніпуляційні технології під час російсько-української війни мають значну подібність із пропагандою та її технологіями в період Першої світової війни й Другої світової війни, що з роками вивчатимуть дослідники у своїх працях.

Актуальність дослідження полягає в збільшенні пропагандистських технологій під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, що датується від 24 лютого 2022 року. У цей період використання пропагандистських технологій збільшилося, що зумовило потребу в порівнянні кількості та дії пропагандистських технологій загалом російсько-української війни та Першої і Другої світових війн.

Об'єктом дослідження ми обрали пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років. Предметом дослідження ми обрали порівняльний аналіз пропагандистських маніпуляційних технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Спираючись на визначення об'єкта й предмета дослідження, ми сформулювали його мету – ідентифікувати, описати й порівняти пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

### Методи й методики

*Методи*, якими послуговуватимемося під час дослідження, умовно диференціюємо на теоретичні та практичні.

Серед теоретичних методів обрали два: перший – *метод порівняння*, який допоможе безпосередньо порівняти пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років, а також порівняти ідеології обраних для дослідження війн, відповідно другий метод – *аналогія*, що допоможе встановити схожість і зв'язок між пропагандистськими маніпуляційними технологіями обраних для дослідження війн.

Із практичних методів надали перевагу методу опису, який передбачає складання таблиці для чіткого відбиття подібності і відмінності пропагандистських маніпуляційних технологій під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років. Також метод опису дозволив зафіксувати результати аналізу пропагандистських маніпуляційних технологій, використаних під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

*Методика дослідження* полягала в декількох процедурах.

1. Формування таблиці 1 «Пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років» (Kostornova, 2023). Записи (рядки) у таблиці містять такі типи даних: запис «джерела пропаганди», в описі якого визначено джерела пропагандистських технологій, якими користувалися держави в часи Першої світової війни, Другої світової війни й у російсько-українській війні 2014–2023 років; запис «спрямованість пропаганди», в описі якого визначили, яким чином і на кого були розраховані пропагандистські маніпуляційні технології; запис «ідеологія», в описі якого визначили основні тези ідеологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років, що в подальшому дослідженні теми допомогли визначити ідеологеми кожної з обраних війн; запис «реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології», в описі якого зазначимо результати впливу пропагандистських маніпуляційних технологій на суспільство в період Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

2. Визначення джерел пропаганди маніпуляційних технологій під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років і внесення даних до табл. 1.

3. Визначення спрямованості пропаганди й внесення даних до табл. 1.

4. Ідентифікація ідеологем пропагандистських маніпуляційних технологій вищезазначених війн й внесення даних до табл. 1.

5. Визначення впливу пропаганди на суспільство в країні, що поширювала пропаганду під час вищезгаданих війн. Внесення даних до табл. 1.

6. Опис (за допомогою тез) наслідків впливу пропаганди на суспільство в країні, що поширювала пропаганду під час вищезгаданих війн і внесення даних до табл. 1.

7. Здійснення інтерпретації даних табл. 1 «Пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років».

8. На підґрунті аналізу інтерпретованих даних табл. 1 визначення характерних ознак подібності пропагандистських маніпуляційних технологій у період обраних для дослідження війн.

9. Визначення й формулювання ідеологем, що були підґрунтям для пропагандистських маніпуляційних технологій під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Таблиця 1

Порівняння пропагандистських маніпуляційних технологій під час Першої, Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років

№ з/п	Критерії	Назви проаналізованих війн		
		Перша світова війна (1914–1918)	Друга світова війна (1939–1945)	Російсько-українська війна (2014–2023)
1.	Джерела пропаганди			
2.	Спрямованість пропаганди			
3.	Ідеологія			
4.	Наслідки та вплив пропаганди на			

	суспільство в країні, що поширює пропаганду			
--	---	--	--	--

### *Історія проблеми, що аналізується*

Окремі наукові розвідки, стислий аналіз яких ми здійснюємо далі, будемо вважати дотичними до проблеми, що аналізуємо.

Замість терміна «Пропаганда під час війни», дослідники здебільшого використовують термін «Пропаганда війни», який визначають як *«інструмент спрямованого тиску однієї держави на суспільство, населення, соціальні групи іншої держави, який не завдає прямої руйнації об'єктів матеріального світу, але призводить до деформації суспільної свідомості, загрози суспільній психології, національній єдності»* (Коруц, 2019: 120). Негативні наслідки пропаганди війни є яскраво вираженими, проте, як зазначають дослідники, вони *«непомітні на перший погляд через те, що прояви деформації психічного стану людини проявляються лише згодом»* (Коруц, 2019: 120).

Пропаганда під час війни є важливою й водночас серйозною зброєю, яку під час війни агресор активно використовує для дестабілізації суспільного становища та його деморалізації (Fellows, 1959). Перша світова війна стала першою тотальною війною, у якій цілі нації, а не лише професійні армії були «замкнені» в бою. Пропаганда війни в той період почала глобально застосовуватися. Уряди держав *«виділили величезні ресурси та величезні зусилля для створення матеріалу, покликаного формувати думку та дії на міжнародному рівні. Зусилля держав виправдати свої дії та заручитися міжнародною підтримкою призвели до найпотужнішої пропаганди, яку будь-коли створювали»* (Cooke, 2014).

Серед методів поширення пропаганди І. Cooke особливо ефективними називає *«ілюстровані новини з малюнками чи фотографіями»* (Cooke, 2014). Автор також зазначає й тираж пропагандистських новинних видань у період Першої світової війни. Наприклад, видання «War Pictorial», що випускалося *«до грудня 1916 року тиражем 500 000 примірників на випуск чотирма виданнями 11 мовами»* (Cooke, 2014). Як одне із глобальних за тиражем видань автор згадує «Cheng Pao», що випускалося китайською мовою та *«мало двотижневий наклад 250 000 випусків і було описане як таке, що мало “настільки потужний вплив на маси, що китайський уряд зміг оголосити війну Німеччині”»* (Cooke, 2014).

Вищезгадані дані тиражів видань демонструють мету держав у період Першої світової війни створити так зване підґрунтя спочатку для вторгнення в ту чи іншу державу, а згодом використати його, щоб *«заручитися підтримкою війни та надати їй моральне пояснення, висвітлюючи злочини та звірства, скоєні ворогом»* (Cooke, 2014).

Автор згадує про публікацію британського парламенту 1915 року «Доповідь комітету про передбачувані злочини Німеччини» (the «Bruce Report»), що *«була спробою уряду викласти своє виправдання війни та надати довіри історіям про німецькі звірства в Бельгії та Франції»* (Cooke, 2014).

Під час розповсюдження пропагандистської інформації у випусках видань і на радіо пропагандисти вміло користувалися пропагандистськими маніпуляційними технологіями, серед яких варто виокремити поширення листівок (Demm, 2017), повідомлень і згодом товарів із короткими гаслами, щоб привернути увагу людей і примусити таким чином вірити в ідеї, до підтримки яких спонукає уряд. Наприклад, *«книги та брошури видавалися величезними тиражами та розповсюджувалися серед списків людей, визначених як творці громадської думки, які симпатизували Британії»* (Cooke, 2014). Іншими словами, «намір

полягав у тому, щоб народна підтримка Британії була створена через місцевих захисників, а не створювалося враження, що вона надходить безпосередньо із Британії» (Cooke, 2014).

Такі маніпуляційні технології застосовувалися й після Першої світової війни (Fellows, 1959) під час наступних війн. Із початком Другої світової війни поняття пропаганди набуло більшого значення, уряди й фахівці, що вивчали її особливості й техніки, удосконалили свої знання пропагандистських технологій впливу на свідомість суспільства під час війни й акцентували увагу на ньому. Саме тому *«пропаганда, як писав Лассвелл, «це війна ідей проти ідей», і причина, чому вона стала такою важливою, полягає в тому, що завоювання свідомості цивільних зараз має вирішальне значення для перемоги чи поразки війни»* (Finch, 2000: 372).

Як і під час Першої світової війни, у період Другої світової війни поширення гасел продовжувалося. Це стосується, наприклад, США, де *«від початку збройного опору цивільне населення в колоніях було піддано організованій кампанії, яка включала промови та широке розповсюдження памфлетів, закликаючи їх зрозуміти, що це їхня війна, і що їхня єдність і непокора приведуть до кращого майбутнього»* (Finch, 2000: 375).

Подібна кампанія була *«спрямована проти англійських військ, яких закликали відмовитися від війни»* (Finch, 2000: 375). У випадку цієї пропагандистської маніпуляційної кампанії *«метою американських пропагандистів було переконати вразливу британську найману армію в тому, що вони залучилися до чужої війни»* (Finch, 2000: 375).

У період Другої світової війни нацистська Німеччина використовувала пропагандистські маніпуляційні технології, переважно спрямовуючи їх на суспільство країни, а вже потім – за кордон. У Німеччині були впевнені в тому, що *«громадська думка формується символами та образами, а не національною думкою»* (Curtis, 1989: 13). Автор також зазначає, що якщо б *«правильні символи були представлені з достатньою силою, громадськість пішла б за ними»* (Curtis, 1989: 13). На думку автора, теорія, у якій була впевнена нацистська Німеччина, спрацювала, *«оскільки обрана аудиторія була схильна до самообману щодо певних емоційних тем»* (Curtis, 1989: 13).

Пропагандистські маніпуляційні технології в Німеччині мали успіх, адже *«пропагандистська машина Йозефа Геббельса переконала німців і багатьох інших людей, що комуністи та євреї були ворогами, тільки фашизм міг захистити від них і що наступ фашизму був справедливим і неминучим»* (Curtis, 1989: 13). У Радянському Союзі в період Другої світової війни його інформаційно-психологічні операції трансформувалися й стали складнішими, тому *«з розвитком нових міжнародно-політичних умов тактичні військові ППСО почали відігравати нову роль»* (Curtis, 1989: 14).

Як й інші політичні аспекти, *«інформаційно-психологічні операції в Радянському Союзі побудовані на вченнях Леніна»* (Curtis, 1989: 14). Радянська пропаганда значно відрізнялася від концепції США, адже *«Радянський Союз перебуває в стані неоголошеної війни з капіталістичним світом – війни, яка не закінчиться, доки не буде досягнуто світового комуністичного панування»* (Curtis, 1989: 14). Автор додає, що саме радянська інформаційно-психологічна операція є *«на сьогоднішній день найбільш інтенсивною, складною й послідовною кампанією свого типу в мирний час»* (Curtis, 1989: 15). Описане відбувається, тому що *«радянська політична система підтримує свою інформаційно-психологічну операцію як політику всіма ресурсами, необхідними для досягнення її цілей»* (Curtis, 1989: 15).

Із початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року дослідники знову звернули увагу на діяльність інформаційно-психологічної операції на території правонаступниці СРСР, де з десятиліттями пропагандисти тільки вдосконалювали пропагандистські маніпуляційні технології та не припиняли застосовувати їх, про що свідчить інформація про те, як *«лише Росія з 2016 року здійснила понад 30 атак на*

вибори по всьому світу» (Abrams, 2022). Автор наголошує, що в період війни дезінформація «не є чимось новим – насправді це ключова частина гри» (Abrams, 2022).

Від завершення Другої світової війни минуло понад 70 років, за цей період світ активно заповнила мережа «Інтернет», яку тепер вважають частиною засобів масової інформації. Із появою соціальних мереж «пропаганда тепер змогла розгорнутися в набагато більших масштабах, її використовували для залучення підтримки геноциду та інших порушень прав людини, зокрема проти уйгурського населення в Китаї, рохінджа в М'янмі та Мусульманського населення Індії» (Abrams, 2022). Автор згадує працю Джона Розенбека, у дослідженні якого йдеться про те, як «Кремль запровадив перевірені стратегії психологічного маніпулювання через соціальні мережі та онлайн-медіа, включаючи зневажливе ставлення до інших груп, швидку брехню та дезінформацію, а також медійний дискурс в Україні» (Abrams, 2022), а також документування Дж. Розенбеком розпалювання Кремлем «неприятні інших груп до українців та українського уряду під час захоплення Донецької та Луганської областей на Сході України (2014 року – прим. наша Є.К.), тактика, пов'язана з високою активністю соціальних мереж» (Abrams, 2022). За словами вищезгаданих дослідників, такі маніпуляційні технології були центром так званої операції Російської Федерації в Україні, адже «захоплення Криму без будь-якої військової конфронтації продемонструвало, що концепція добре спланованих операцій впливу є дуже важливою частиною російського оперативного планування й що російські військові сили мають стратегічне комунікаційне мислення, яке застосовується аж до тактичного рівня» (Analysis of Russia's information campaign against Ukraine, 2015: 32).

Крім того, аналіз війни в Україні показав, що «російська армія систематично розвивалася протягом останніх 10 років і стала здатною вміло застосовувати тактику ХХІ століття, яка поєднує інтенсивні інформаційні кампанії, кібервійну та використання високо підготовлених Сил спеціальних операцій» (Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine, 2015: 32). Серед типових методів пропагандистських маніпуляційних технологій уряду Російської Федерації – створення негативного образу ворога, наприклад, «стратегії Путіна включають малювання України та західних країн як злих і аморальних, а також формулювання меседжів у термінах динаміки влади» (Abrams, 2022). Російська Федерація це робить, щоб мати виправдання для так званої помсти, оскільки в такій ситуації РФ презентує себе як жертву. Як автор цитує Тіна Нгуєна, у цю версію вірить більшість населення, адже «багатьом громадянам Росії бракує доступу до надійної контрінформації через обмеження незалежних і соціальних медіа в країні» (Abrams, 2022). Цитовану думку також підтверджує й те, що незалежних, на нашу думку, засобів масової інформації в Російській Федерації недостатньо. Держава здійснює активний контроль над засобами масової інформації, що стосується й публікацій новин, пов'язаних із президентом Російської Федерації Володимиром Путіним, тому «синхронне поширення пропагандистських матеріалів у ЗМІ зазвичай відбувається через великі газети – “Комсомольскую правду” та “Известия” – і на лояльних інтернет-порталах, наприклад, “Life News”» (Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine, 2015: 36–37).

З. Abrams також додає, що «якщо пропагандистські кампанії вимагають більшого масштабу, то використовуються новини телеканалів та інформаційні програми; лояльні політологи відіграють ключову роль в інформаційних кампаніях, організованих російською владою. Вони «правильно» трактують політичні події в Росії і за кордоном» (Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine, 2015: 36–37). Російський уряд власноруч перекриває можливості для опозиційної діяльності, які з кожним роком стають ще меншими із закріпленням у медіапросторі російського суспільства пропагандистської інформації. У відповідь на ці маніпуляції в українському уряді «систематично заперечували спроби Росії поширити дезінформацію напередодні вторгнення в лютому (2022 року – прим. наша Є.К.),

документуючи нарощування військових сил Росією за допомогою супутникових фотографій» (Abrams, 2022). Автор також наводить один із прикладів інформаційно-психологічної операції Російської Федерації, який іноземні лідери «також допомогли виявити, що так звані «надзвичайні зустрічі» Путіна насправді були попередньо записані, коли наручний годинник одного чиновника не збігався з історією Кремля» (Abrams, 2022).

Повідомляючи про інформаційно-психологічні операції, «департамент внутрішньої політики Адміністрації президента контролює роботу так званих тролів і блогерів, які мають три завдання: публікацію й розповсюдження замовних матеріалів; створення фейкових акаунтів у соціальних мережах та поширення замовної інформації на цих акаунтах; розсилку спаму, переслідування опонентів в Інтернеті» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015: 36–37). До організації цих заходів залучено багато людей, проте «одним із найважливіших міг би стати директор холдингу Konkord Євгеній Пригожин який понад 40 років особисто знайомий із президентом Путіним» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015: 39–40).

У документі «*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*» (2015). зазначають, що «на підставі аналізу російської інформаційної кампанії в Україні стає зрозуміло, що раннє виявлення й аналіз елементів російського нарративу, які сигналізують про потенційно агресивну поведінку, є критично важливими» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015). Щоб завадити широкому впливові дезінформації та інших пропагандистських інформаційних технологій, працюють спеціальні стратегії, які називають «кібергромадянством – поєднанням цифрової грамотності, відповідальної поведінки та усвідомлення загрози онлайн-маніпуляцій» (Abrams, 2022).

Просування нарративів і корисних для Російської Федерації тез простежувалось, як і простежується надалі, не тільки на території безпосередньо РФ, але й в інших країнах. Наприклад, сайт «Sputnik» під засновництвом агенції «Russia Today», що станом на сьогодні заблоковано в Туреччині, «Sputniknews.lv» із латвійським доменом, що наразі також заблоковано органами влади Латвії. Крім того, діяльність інформаційної агенції припинено в Данії, Норвегії, Фінляндії, Естонії та Швеції.

Серед тез, які просувалися перед повномасштабним вторгненням РФ в Україну, є хімічна зброя, підготовка ядерної зброї й напад України на Російську Федерацію тощо. Такі тези залишаються в темі для обговорень у пропагандистському медіапросторі й упродовж 2023 року. У цьому випадку також варто звернути увагу на акцент російських нарративів на історичній пам'яті суспільства, тому що «російська інформаційна кампанія висвітлює страх і ненависть до нацизму, збентеження та сором через розпад колись великого Радянського Союзу, і водночас нагадала аудиторії про почуття величі та гордості, пов'язані із цими моментами історії, які тепер можна застосувати до ідеї відродження великої нації чи навіть цивілізації; саме це звернення до людських емоцій, ця надія й обіцянка відновлення гордості та слави зробили російську розповідь такою переконливою для її людей» (*Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine*, 2015: 32–33).

Базування російських нарративів на історичній пам'яті знову ще краще простежується від початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну від 24 лютого 2022 року закличками про повернення частин української території до «исконно русских земель», які начебто історично належать Росії (Позняков, 2022). Вислів про «споконвіку російські землі» використовують не тільки представники влади, але й цивільне населення Російської Федерації (Закревская, 2023).

## Результати дослідження

Спираючись на описану раніше методику, ми провели дослідження, результати якого подаємо далі в таблицях 2–5 і діаграмах 1–3, а також на електронному ресурсі міжнародного репозитарію SSRN (Kostornova, 2023).

Першим критерієм аналізу ми обрали «Джерела пропаганди», за яким досліджували, чим послуговувалися держави для поширення пропагандистських маніпуляційних технологій у період Першої світової та Другої світової війн і російсько-української війни 2014–2023 років. За результатами аналізу наукової літератури про Першу світову війну, джерелами пропаганди у воєнний час були ілюстрації та фотографії; пропагандистські друковані видання, брошури, державні публікації; фільми про війну, кінохроніка; художня література; мітинги, публічні виступи; свідчення очевидців; промови (Kindig, 2008); інформаційно-психологічна операція.

У дослідженні джерел пропаганди в період Другої світової війни ми знайшли наявність, окрім уже згаданих джерел, що використовувалися в Першій світовій війні, ще два – радіо та мультфільми (Quinn, 2017), які в той період уряди держав активно почали використовувати для поширення пропагандистської інформації з метою психологічних маніпуляцій.

Таблиця 2.

Пропагандистські маніпуляційні технології, їх джерела, спрямованість, семіотика й реакція реципієнтів на них під час Першої, Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років  
(за критерієм 1 «Джерела пропаганди»)

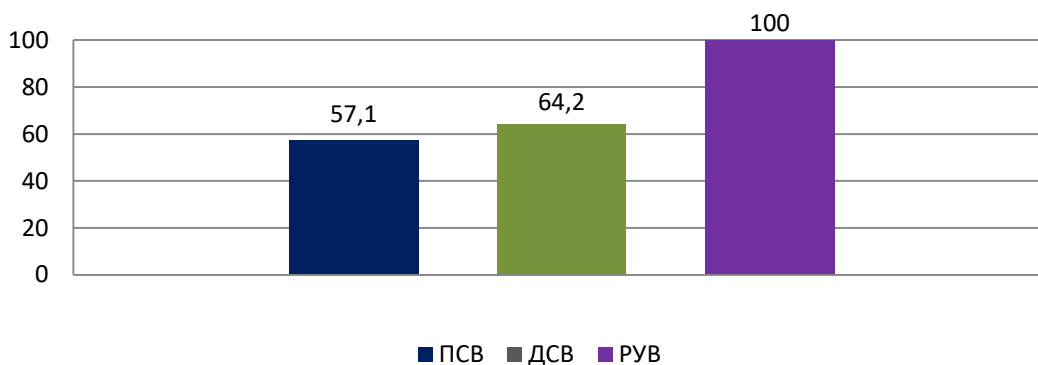
№ з/п	Критерій аналізу	Перша світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Друга світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Російсько-українська війна 2014–2023 років	Наявність (+) або відсутність (-)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	1. Джерела пропаганди	Ілюстрації й фотографії.	+	Ілюстрації й фотографії.	+	Ілюстрації й фотографії.	+
2.		Пропагандистські друковані видання, брошури, державні публікації.	+	Друковані видання, плакати та листівки з гаслами.	+	Друковані видання, плакати та листівки з гаслами.	+
3.		Фільми про війну, кінохроніка.	+	Кінохроніка, фільми про війну, мультфільми.	+	Кінохроніка, фільми про війну, мультфільми, документалістика.	+
4.		Художня література.	+	Художня література.	+	Художня література.	+
5.		Мітинги, публічні виступи.	+	Мітинги, публічні виступи.	+	Мітинги, публічні виступи.	+
6.		Свідчення очевидців.	+	Свідчення очевидців.	+	Свідчення очевидців.	+
7.		Промови.	+	Промови.	+	Промови.	+
8.		Інформаційно-психологічна операція (ІПСО).	+	Інформаційно-психологічна операція (ІПСО).	+	Інформаційно-психологічна операція (ІПСО).	+
9.		Радіо (контрольоване владою)	–	Радіо (контрольоване владою).	+	Радіо (контрольоване владою).	+

10.	Соціальні мережі.	–	Соціальні мережі.	–	«Фабрики ботів», «чат-боти», соціальні мережі.	+
11.	Телеканали.	–	Телеканали.	–	Телеканали (контрольовані владою).	+
12.	Онлайн-видання.	–	Онлайн-видання.	–	Онлайн-видання.	+
13.	Пресконференції.	–	Пресконференції.	–	Пресконференції.	+
14.	Банери та стенди з гаслами.	–	Банери та стенди з гаслами.	–	Банери та стенди з гаслами.	+
15.	РАЗОМ (за 100% прийнято)	8/57,1	РАЗОМ	9/64,2	РАЗОМ	14/100

Під час російсько-української війни 2014–2023 років, крім аналогічних джерел пропаганди, з'явилися такі: «фабрики ботів», «чат-боти», соціальні мережі; телеканали, контрольовані владою; онлайн-видання; пресконференції; банери та стенди з гаслами.

Ми дійшли такого висновку: кількість джерел (8) у період Першої світової війни становить 57,1% від максимальної кількості джерел (14), що зафіксовано під час російсько-української війни 2014–2023 років. Відповідно – у період Другої світової війни кількість джерел пропаганди (9) становить 64,2% (див. табл. 2 і діаграмі 1).

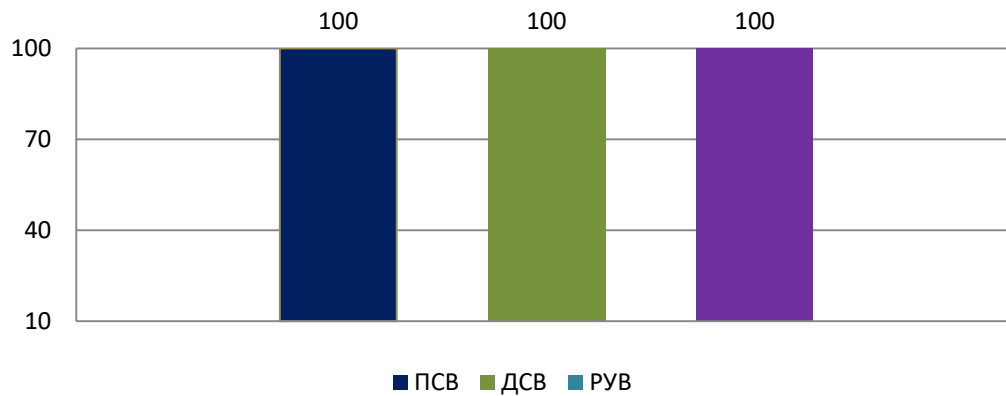
Діаграма 1.  
Джерела пропаганди (критерій 1) під час Першої (ПСВ),  
Другої світових війн (ДСВ) і російсько-української війни  
(РУВ) 2014-2023 років



Другим критерієм аналізу ми обрали «Спрямованість пропаганди», який допоможе нам порівняти напрями й цілі пропагандистських маніпуляційних технологій. Таким чином, у період Першої світової війни пропаганда спрямовувалася на мобілізацію (Baschwitz, 2018), вербування союзників, формування негативного образу ворога, створення відчуття єдності суспільства та громадської думки, придушення антивоєнних настроїв (Dissent in World War I and World War II..., 2023), міжнародний вплив й інформаційно-психологічні операції (ІПСО).



Діаграма 2.  
Спрямованість пропаганди під час Першої (ПСВ), Другої світових війн (ДСВ) і російсько-української війни (РУВ) 2014-2023 років



Продовжуючи аналіз, ми з'ясували, що, крім вищезазначених спрямувань, у період Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років пропаганда спрямовувалася також і на контроль ЗМІ.

За результатами аналізу ми дійшли висновку про те, що в Першій світовій війні кількість спрямувань пропаганди (8) становить 100% максимальної кількості спрямувань, що також зафіксовано як під час Другої світової (8), так і російсько-української війни 2014–2023 років (8) (див. табл. 3 і діаграму 2).

Таблиця 3.

Пропагандистські маніпуляційні технології, їх джерела, спрямованість, семіотика й реакція реципієнтів на них під час Першої, Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років (за критерієм 2 «Спрямованість пропаганди»)

№ з/п	Критерій аналізу	Перша світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Друга світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Російсько-українська війна 2014–2023 років	Наявність (+) або відсутність (-)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Спрямованість пропаганди	Мобілізація.	+	Мобілізація.	+	Мобілізація.	+
2.		Вербування союзників.	+	Вербування союзників.	+	Вербування союзників.	+
3.		Формування негативного образу ворога.	+	Формування негативного образу ворога.	+	Формування негативного образу ворога.	+

4.	Створення відчуття єдності суспільства та громадської думки.	+	Створення відчуття єдності суспільства та громадської думки.	+	Створення відчуття єдності суспільства та громадської думки.	+
5.	Придушення антивоєнних настроїв.	+	Придушення антивоєнних настроїв.	+	Придушення антивоєнних настроїв.	+
6.	Міжнародний вплив.	+	Міжнародний вплив.	+	Міжнародний вплив.	+
7.	ПСО.	+	ПСО.	+	ПСО.	+
8.	Контроль ЗМІ.	+	Контроль ЗМІ.	+	Контроль ЗМІ.	+
9.	РАЗОМ	8/100	РАЗОМ	8/100	РАЗОМ	8/100

За третім критерієм «Ідеологія» ми досліджували, які ідеології були характерними в обраних для дослідження війнах і дійшли таких висновків: у Першій світовій війні відомо про такі ідеології, як консерватизм, націоналізм і комунізм.

Під час Другої світової війни відомими ідеологіями були комунізм (Whitaker, 1986), фашизм, расизм і тоталітаризм.

Досліджуючи російсько-українську війну 2014–2023 років, зафіксували такі ідеології: російський правий консерватизм, націоналізм, комунітаризм, рашизм (російський фашизм), расизм, солідаризм.

За результатами аналізу, кількість ідеологій у період Першої світової війни (3) становить 42,9% від максимальної (8/100%), що зафіксовано під час Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років.

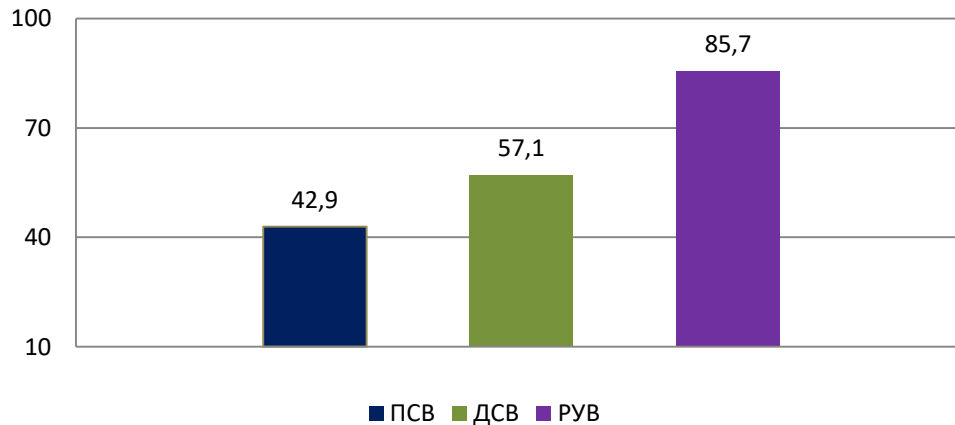
У період Другої світової війни кількість ідеологій (4) становить 57,1% від максимальної кількості 8(100%).

Під час російсько-української війни 2014–2023 років ми визначили 6 ідеологій, що становлять 85,7% від максимальної кількості 8(100%) (див. табл. 4 і діаграму 3).

Заключним критерієм аналізу є «Реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології». За результатами дослідження, у період Першої світової війни ми виокремили характерні реакції суспільства в той період, серед них – масові звірства (Baschwitz, 2018: 64); поширення листівок та плакатів; пропаганда ненависті й жорстокості; сплески вербувань; відсутність патріотизму в окопах; зневіра у війні; зневіра в штабі; відмова повертатися на фронт; ухиляння; примусова мобілізація; зрив військової служби (Demm, 2017), що в підсумку за кількістю (10) становлять 45,4% від загальної кількості реакцій (22/100%), зафіксованих у Першій світовій війні, Другій світовій війні, російсько-українській війні 2014–2023 років.

За критерієм «Реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології» у період Другої світової війни ми визначили такі види рефлексії: несприятливе ставлення до пропаганди (Fellows, 1959); асоціації слова «пропаганда» (Fellows, 1959); невизначеність і моральне збентеження; формування образу; війна як змагання (Sproule, 1984: 7); відчуття гніву й патріотизму; віра пропаганді (Foley, 2015: 6), що за кількістю (7) становлять 32,8%.

Діаграма 3.  
Ідеології в пропаганді під час Першої (ПСВ), Другої  
світових війн (ДСВ) і російсько-української війни (РУВ)  
2014-2023 років



Таблиця 4.  
Пропагандистські маніпуляційні технології, їх джерела, спрямованість, семіотика й реакція  
реципієнтів на них під час Першої,  
Другої світових війн і російсько-української війни 2014–2023 років  
(за критерієм 3 «Ідеологія»)

№ з/п	Критерій аналізу	Перша світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Друга світова війна	Наявність (+) або відсутність (-)	Російсько-українська війна 2014–2023 років	Наявність (+) або відсутність (-)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	3. Ідеологія	Консерватизм (Kurth, 1999: 4).	+	Консерватизм.	-	Російський правий консерватизм (Krasheninnikov, 2023).	+
2.		Націоналізм (Kurth, 1999: 4).	+	Націоналізм.	-	Націоналізм (Pap, 2022).	+
3.		Комунізм (Kurth, 1999: 4).	+	Комунізм (Kurth, 1999: 6).	+	Комунітаризм (Krasheninnikov, 2023).	+
4.		Фашизм.	-	Фашизм (Kurth, 1999: 6)	+	Рашизм (російський фашизм) (Рашизм, 2023).	+
5.		Расизм.	-	Расизм (Kurth, 1999: 6),	+	Расизм.	+

6.		Тоталітаризм.	–	Тоталітаризм.	+	Тоталітаризм.	–
7.		Солідаризм.	–	Солідаризм.	–	Солідаризм (Krashennikov, 2023).	+
8.		РАЗОМ	3/42.9	РАЗОМ	4/57.1	РАЗОМ	6/85.7

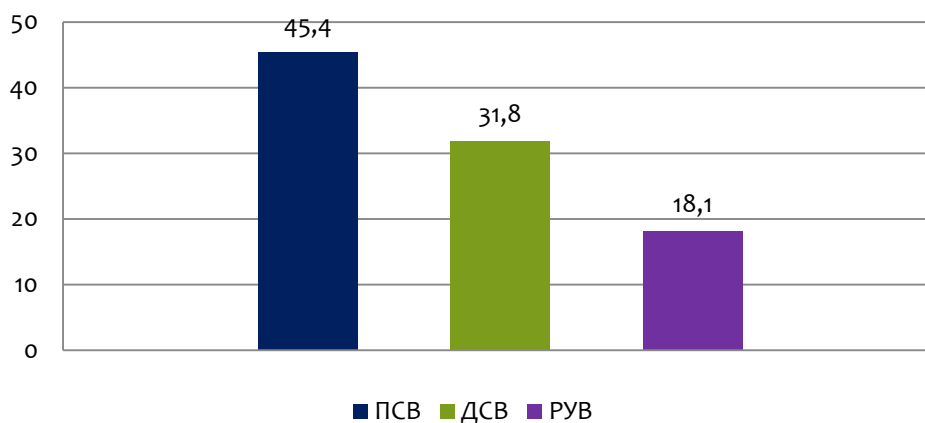
У період російсько-української війни реакції суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології такі: домінування в інформаційному полі; відсутність готовності відповідати; пропагандистський розкол громади (Lange-Ionatamišvili, 2015); відчуття ворожнечі (Світова гібридна війна: український фронт, 2017: 199), що за кількістю (4) становлять 18,1% від загальної кількості (див. діаграму 4 далі).

### Обговорення результатів дослідження

У пропаганді воєнного періоду є свої особливості, що характерні для пропаганди під час будь-якої війни. Упродовж дослідження ми визначали такі особливості й проаналізували їх подібність і відмінність. Ми сформували таблицю й діаграми, у яких за критеріями провели аналіз Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років.

Діаграма 4.

Реакція суспільства на пропагандистські комунікаційні технології під час Першої (ПСВ), Другої світових війн (ДСВ) і російсько-української війни (РУВ) 2014–2023 років



Результати дослідження за критерієм «Джерела пропаганди» дозволили нам констатувати, що за підрахунками найбільша кількість (14) таких джерел фіксується в російсько-українській війні 2014–2023 років. Саме тому максимальною кількістю джерел ми обрали кількість джерел пропагандистських маніпуляційних технологій у цій війні. Спираючись на результати аналізу, вважаємо, що вищезгадана максимальна кількість джерел, яку визначили під час дослідження, є такою через різницю в часі між Першою та Другою світовими війнами, а також російсько-українською війною 2014–2023 років. Ураховуючи сучасні умови й можливості, на наш погляд, максимальна кількість джерел

пропаганди саме в російсько-українській війні 2014–2023 років є очікуваною. Варто також зазначити тривалість останньої із проаналізованих війн (понад 9 років), яка є довшою за Першу світову війну (понад 4 роки) та Другу світову війну (6 років), що, на нашу думку, дозволило урядам країн не тільки використати джерела пропаганди, які присутні в Першій і Другій світових війнах, але й випробувати сучасні, зокрема йдеться про мережу «Інтернет», ботів, банери тощо.

За підсумками дослідження й аналізу спрямованостей пропаганди в період обраних для дослідження війн ми встановили, що Перша та Друга світові війни, а також російсько-українська війна 2014–2023 років мають однакову кількість спрямованостей (8). Глумачимо згаданий факт як такий, що вказує на фіксовану спрямованість пропагандистських маніпуляційних технологій у період війни будь-якого часу. На наш погляд, така тенденція є причиною необхідності кожної з визначених спрямованостей для ефективного й успішного впливу пропаганди.

У період Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років за допомогою пропагандистських маніпуляційних технологій держави просували певні ідеології, які ми порівняли. Завдяки аналізу визначених ідеологій у період обраних для дослідження війн і їх подальшого підрахунку ми дійшли висновку про те, що пропаганда часів Першої світової війни, Другої світової війни, російсько-української війни 2014–2023 років здебільшого містила різні ідеології, проте має й подібність. Варто зазначити, що у випадку присутності певної ідеології у двох або трьох війнах, обраних для дослідження, ідеологія війни того періоду, що новіший, матиме трансформований вигляд (наприклад, ідеологія консерватизму в період Першої світової війни та ідеологія російського правого консерватизму в період російсько-української війни 2014–2023 років). Прикладом трансформації ідеології в пропаганді періоду війни може бути рашизм, який є російським фашизмом у період російсько-української війни 2014–2023 років і нацистський фашизм періоду Другої світової війни. Спираючись на описані нами результати аналізу за критерієм «Спрямованість пропаганди», констатуємо те, що з однаковими спрямованостями пропагандистських маніпуляційних технологій держави можуть просувати різні ідеології для суспільства.

За четвертим і заключним критерієм ми досліджували й аналізували реакцію суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології. За результатами аналізу й завдяки створеній нами діаграмі визначили, що саме в Першій світовій війні кількість реакцій є найбільшою (45,4 %) від загальної кількості в сумі всіх реакцій за періоди трьох обраних для дослідження війн. Меншу частку становить кількість реакцій суспільства періоду Другої світової війни (31, 8%), відповідно найменшу кількість реакцій – у суспільства в період російсько-української війни 2014–2023 років (18,1%). Ми вважаємо, що такі результати можна пояснити таким чином: на відміну від Першої світової війни, у Другій світовій війні контроль ЗМІ став сильнішим, додався контроль подачі інформації на радіо; у російсько-українській війні контроль ЗМІ став інтенсивнішим і глобальнішим (у цьому періоді додалася мережа «Інтернет», з'явилося поняття «кібервійна» тощо), що зменшує можливості суспільства вільно реагувати на пропагандистські маніпуляційні технології, збільшується кількість утисків і репресій, що, на нашу думку, є одним із чинників зменшення кількості реакцій суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології в Другій світовій війні та російсько-українській війні 2014–2023 років.

Пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років були активно застосовані у воєнних діях і є частиною будь-якої війни всіх часів. За результатами дослідження ми визначили їх особливості, порівняли результати аналізу й побачили зв'язки й відмінності в три різні періоди.

## Висновки

На початку дослідження була визначена його мета, що полягала в порівняльному аналізі пропагандистських маніпуляційних технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

Було передбачено, що аналіз проводитимемо за допомогою сформованої таблиці й використовуватимемо метод порівняння.

Поставлена нами мета досягнута. Ми ідентифікували й описали пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років.

Також було встановлено, що за критерієм «Джерела пропаганди» їх максимальна кількість виявлена в російсько-українській війні 2014–2023 років. Серед спрямованостей пропагандистських маніпуляційних технологій ми визначили їх спільність у Першій світовій війні, Другій світовій війні та російсько-української війни 2014–2023 років. Щодо критерію «Ідеології», за яким окремо визначили наявність у кожній із трьох обраних для дослідження війн, у сформованій нами таблиці й діаграмі дослідили й зобразили їх відмінність, установили так звану трансформацію ідеології періоду однієї війни в періоді іншої. Досліджуючи реакцію суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології Першої світової війни, Другої світової війни та російсько-української війни 2014–2023 років, установили тенденцію на зменшення кількості реакцій, що пояснюється збільшенням контролю всіх сфер життя в період воєнного часу та утисків з боку держави щодо протестів й опозиційних дій населення.

Отримані нами результати можуть відрізнитися від тих, що респонденти можуть фіксувати після перемоги України в російсько-українській війні 2014–2023 років. Спираючись на згаданий факт, вважаємо наші результати істинними лише для сімнадцятого (липень 2023 року) та вісімнадцятого (серпень 2023 року) місяців повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, яке відбулося 24 лютого 2022 року.

*Подяка.*

Висловлюємо щирю подяку докторові філологічних наук, професору Олександрові Холоду за постійну підтримку, важливі поради й рекомендації під час підготовки й процесу дослідження.

## Заява

### **Фінансування**

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією та здійснювалося за рахунок автора.

### **Конфлікт інтересів**

Жодного.

### **Етика**

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики редакторсько-видавничого відділу громадської організації «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ».

### **Авторське право**

Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution – ліцензії, що дозволяє необмежене використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

## Література

- Abrams, Z. (2022). *The role of psychological warfare in the battle for Ukraine*. *American Psychological Association*. Retrieved from <https://www.apa.org/monitor/2022/06/news-psychological-warfare>
- Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine* (2015). Examining non-military aspects of the crisis in Ukraine from a strategic communications perspectives. Riga, 40. [https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian\\_information\\_campaign\\_public\\_12012016fin.pdf](https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf)
- Baschwitz, K. (2018). 3 1914–1918: War and Propaganda, 57–92. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1zxxxgf.6>
- Cooke, I. (2014). Propaganda as a weapon? Influencing international opinion. *British Library. World War One*. Retrieved from <https://www.bl.uk/world-war-one/articles/propaganda-as-a-weapon>
- Curtis, G. (1989). An overview of Psychological Operations (PSYOP). *Federal Research Division Library of Congress*. Retrieved from [https://amostribune.blob.core.windows.net/\\$web/phsync\\_ops.pdf](https://amostribune.blob.core.windows.net/$web/phsync_ops.pdf)
- Demm, B. (2017). Propaganda at Home and Abroad. Retrieved from [https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda\\_at\\_home\\_and\\_abroad](https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda_at_home_and_abroad)
- Dissent in World War I and World War II. Americans at War. Retrieved July 25, 2023 from Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/defense/energy-government-and-defense-magazines/dissent-world-war-i-and-world-war-ii>
- Fellows, E. (1959). «Propaganda»: History of a Word. *Duke University Press*, 182–189. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/454039>
- Finch, L. (2000). Psychological Propaganda: The War of Ideas on Ideas During the First Half of the Twentieth Century. *Armed Forces & Society*, 367–386. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45346379>
- Foley, C. (2015). An Analysis of American Propaganda in World War II and the Vietnam War. Honors Program Theses and Projects. Retrieved from : [https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=honors\\_proj](https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=honors_proj)
- Kindig, J. (2008). Cracks in the Consensus: World War II. Retrieved from [https://depts.washington.edu/antiwar/pnwhistory\\_wwii.shtml](https://depts.washington.edu/antiwar/pnwhistory_wwii.shtml)
- Kostornova, E. (2023). *Propaganda manipulation technologies World War I, World War II and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023 as a means of formation by an ideologist (comparative analysis)*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4533091>
- Krasheninnikov, F. (2023). The Kremlin Finally Puts Together an Ideology. Retrieved from <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/kremlin-finally-puts-together-ideology>
- Kurth, J. (1999). War, Peace, and the Ideologies of the Twentieth Century. *Current History*, 3–8. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45318286>
- Lange-Ionatamishvili, L. (2015) Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine. Retrieved from: [https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian\\_information\\_campaign\\_public\\_12012016fin.pdf](https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf)
- Pan, D. (2022). Russia, Ukraine, and the Ideological Roots of Conflict. Retrieved from <https://www.telospress.com/russia-ukraine-and-the-ideological-roots-of-conflict/>
- Quinn, S. (2017, February 5). *10 Disney Propaganda Cartoons From World War II*. Retrieved from <https://listverse.com/2017/02/05/10-disney-propaganda-cartoons-from-world-war-ii/>
- Sproule, M. (1984). The Propaganda Analysis Movement Since World War I. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED253902.pdf>

- Whitaker, R. (1986). Official Repression of Communism during World War II. *Labour / Le Travail*, 135-166. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25142596>
- Закревская, С. (2023, June 28). «8 лет, фашизм и Америка»: россияне рассказали, зачем было вторгаться в Украину, и придумали альтернативную историю. Видео. *Obozrevatel*. <https://news.obozrevatel.com/russia/8-let-fashizm-i-amerika-rossiyane-rasskazali-zachem-byilo-vtorgatsya-v-ukrainu-i-pridumali-alternativnyuyu-istoriyu-video.htm>
- Коруц, У. (2019). Поняття пропаганди війни: Історико-правовий аспект. *Південноукраїнський правничий часопис*, 118–121. [http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part\\_1/28.pdf](http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part_1/28.pdf)
- Позняков, А. (2022, June 9). Путин назвал «возвращение земель» своей задачей и сравнил себя с Петром I. *Euronews*. <https://ru.euronews.com/2022/06/09/russia-putin-peter-the-great-parallels>
- Рашизм (2023, August 3). In *Wikipedia*. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Рашизм>
- Світова гібридна війна: український фронт* (2017). (заг. ред. В.П. Горбулін). Київ, 496.

### Reference

- Abrams, Z. (2022). *The role of psychological warfare in the battle for Ukraine*. *American Psychological Association*. Retrieved from <https://www.apa.org/monitor/2022/06/news-psychological-warfare>
- Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine* (2015). Examining non-military aspects of the crisis in Ukraine from a strategic communications perspectives. Riga, 40. [https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian\\_information\\_campaign\\_public\\_12012016fin.pdf](https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf)
- Baschwitz, K. (2018). 3 1914–1918: War and Propaganda, 57–92. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctt1zxxxgf.6>
- Cooke, I. (2014). Propaganda as a weapon? Influencing international opinion. *British Library. World War One*. Retrieved from <https://www.bl.uk/world-war-one/articles/propaganda-as-a-weapon>
- Curtis, G. (1989). An overview of Psychological Operations (PSYOP). *Federal Research Division Library of Congress*. Retrieved from [https://amostribune.blob.core.windows.net/\\$web/phsyc\\_ops.pdf](https://amostribune.blob.core.windows.net/$web/phsyc_ops.pdf)
- Demm, B. (2017). Propaganda at Home and Abroad. Retrieved from [https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda\\_at\\_home\\_and\\_abroad](https://encyclopedia.1914-1918-online.net/article/propaganda_at_home_and_abroad)
- Dissent in World War I and World War II. *Americans at War*. Retrieved July 25, 2023 from Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/defense/energy-government-and-defense-magazines/dissent-world-war-i-and-world-war-ii>
- Fellows, E. (1959). «Propaganda»: History of a Word. *Duke University Press*, 182–189. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/454039>
- Finch, L. (2000). Psychological Propaganda: The War of Ideas on Ideas During the First Half of the Twentieth Century. *Armed Forces & Society*, 367–386. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45346379>
- Foley, C. (2015). An Analysis of American Propaganda in World War II and the Vietnam War. Honors Program Theses and Projects. Retrieved from : [https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=honors\\_proj](https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1092&context=honors_proj)
- Kindig, J. (2008). Cracks in the Consensus: World War II. Retrieved from [https://depts.washington.edu/antiwar/pnwhistory\\_wwii.shtml](https://depts.washington.edu/antiwar/pnwhistory_wwii.shtml)
- Koruts, U. (2019) Ponyattya propahandy viyny: Istoryko-pravovyuy aspekt. [The concept of war propaganda: Historical and legal aspect.], 118–121 (*In Ukrainian*). Retrieved from [http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part\\_1/28.pdf](http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part_1/28.pdf)



- Kostornova, E. (2023). *Propaganda manipulation technologies World War I, World War II and the Russian-Ukrainian war of 2014–2023 as a means of formation by an ideologist (comparative analysis)*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4533091>
- Krashennikov, F. (2023). The Kremlin Finally Puts Together an Ideology. Retrieved from <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/kremlin-finally-puts-together-ideology>
- Kurth, J. (1999). War, Peace, and the Ideologies of the Twentieth Century. *Current History*, 3–8. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/45318286>
- Lange-Ionatamišvili, L. (2015) Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine. Retrieved from: [https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian\\_information\\_campaign\\_public\\_12012016fin.pdf](https://stratcomcoe.org/cuploads/pfiles/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf)
- Pan, D. (2022). Russia, Ukraine, and the Ideological Roots of Conflict. Retrieved from <https://www.telospress.com/russia-ukraine-and-the-ideological-roots-of-conflict/>
- Poznyakov, A. (2022) *Putin nazval «vozvrashcheniye zemel'» svoey zadachey i sravnil sebya s Petrom I* [Putin called the "return of the lands" his task and compared himself with Peter I.] (In Russian). Retrieved from <https://ru.euronews.com/2022/06/09/russia-putin-peter-the-great-parallels>
- Quinn, S. (2017, February 5). *10 Disney Propaganda Cartoons From World War II*. Retrieved from <https://listverse.com/2017/02/05/10-disney-propaganda-cartoons-from-world-war-ii/>
- Sproule, M. (1984). The Propaganda Analysis Movement Since World War I. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED253902.pdf>
- Svitova hibrydna viina: ukrainskyi front [World hybrid war: the Ukrainian front: a monograph] (2017). (zah. red. V.P. Horbulin). Kyiv, 496 (In Ukrainian).
- Whitaker, R. (1986). Official Repression of Communism during World War II. *Labour / Le Travail*, 135-166. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25142596>
- Zakrevskaya, S. (2023, June 28). «8 let, fashizm i Amerika»: rossiyanе rasskazali, zachem bylo vtorgat'sya v Ukrainu, i pridumali al'ternativnuyu istoriyu. Video ["8 years, fascism and America": the Russians told why it was necessary to invade Ukraine, and came up with an alternative story. Video] (In Ukrainian). Retrieved from <https://news.obozrevatel.com/russia/8-let-fashizm-i-amerika-rossiyanе-rasskazali-zachem-byilo-vtorgatsya-v-ukrainu-i-pridumali-alternativnuyu-istoriyu-video.htm>

***Пропагандистські технології Першої світової війни, Другої світової війни  
й російсько-української війни 2014–2023 років: порівняльний аналіз***

***Євгенія Косторнова,***

*кафедра журналістики*

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

*(м. Івано-Франківськ, Україна)*

### Анотація

**Метою дослідження** було ідентифікування, опис, порівняння пропагандистських маніпуляційних технологій Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років.

**Методи дослідження.** Використано методи аналогії та порівняння, завдяки яким зіставили пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років, метод опису, зокрема складання таблиці для відбиття подібності і відмінності пропагандистських маніпуляційних технологій під час обраних для аналізу війн.

**Методика дослідження** полягала в декількох процедурах: формування таблиці 1 «Пропагандистські маніпуляційні технології під час Першої світової війни, Другої світової війни й російсько-української війни 2014–2023 років», внесення даних за критеріями: «Джерела пропаганди», «Спрямованість пропаганди», «Ідеологія», «Реакція суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології».

**За результатами аналізу** було встановлено, що максимальна кількість джерел пропаганди виявлена в російсько-українській війні 2014–2023 років. Серед спрямованостей пропаганди виявили їх спільність в обраних для дослідження війнах. У сформованій нами таблиці й діаграмі дослідили й зобразили відмінність ідеологій, установили так звану трансформацію ідеології періоду однієї війни в періоді іншої. Досліджуючи реакцію суспільства на пропагандистські маніпуляційні технології, виявили тенденцію на зменшення кількості реакцій, що пояснюється збільшенням контролю всіх сфер життя в період воєнного часу й утисків з боку держави щодо протестів й опозиційних дій населення.

**Висновки.** Дійсно, у період обраних для дослідження війн є як подібність, так і відмінність у пропагандистських маніпуляційних технологіях.

**Ключові слова:** пропаганда, пропагандистські технології, Перша світова війна, Друга світова війна, російсько-українська війна.

Submitted to the editor – 07.08.2023

Review 1 – 08.08.2023

Review 2 – 04.09.2023

Accepted for printing – 15.09.2023

Подано до редакції – 07.08.2023

Рецензія 1 – 08.08.2023


Рецензія 2 – 04.09.2023

Прийнято до друку – 15.09.2023



## The role of mass media «throw-ins» of Russian propagandists in the conditions of the 3rd period of the Russian-Ukrainian war of 2022 – 2023



<p style="text-align: center;"><b>Tetiana Symchych,</b>  <i>Department of Journalism,</i>  <i>E-mail: <a href="mailto:tanyasymchych@gmail.com">tanyasymchych@gmail.com</a>,</i>  <i><a href="https://orcid.org/0009-0004-3566-4250">https://orcid.org/0009-0004-3566-4250</a></i>  <i>Vasil Stefanik Carpathian National University,</i>  <i>Shevchenko st., 57, Ivano-Frankivsk,</i>  <i>Ukraine, 76000;</i>  <i>London, England.</i></p>	<p style="text-align: center;"><i>Citation:</i>  Symchych, T. (2023). The role of mass media «throw-ins» of Russian propagandists in the conditions of the 3rd period of the Russian-Ukrainian war of 2022–2023. <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, 15(1), 115–129.  DOI: 10.51423/2524-0471-2023-15-1-4  © Symchych, T. (2023).    Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
--	--

### *Annotation*

*The purpose of the study is to find out the role of mass media «throw-ins» of Russian propagandists during the 3rd period of the Russian-Ukrainian war of 2022–2023.*

***Research methods.** In the research, we used such theoretical methods as a comparative analysis of research related to the analyzed topic and hypothetical-deductive. They allowed us to understand the current situation more deeply. Among the practical methods, we chose surveys and quantitative and qualitative analysis of the obtained data.*

***Research technique.** 50 respondents aged 18 to 22 were surveyed using the Google Form electronic unit. There they answered 6 questions related to the mass media «throw-ins» of Russian propagandists, their role, and their influence on Ukrainians. After that, a quantitative and qualitative analysis was conducted based on theoretical knowledge and the obtained data.*

*According to the **results of the study**, mass media «throw-ins» have little or no influence on young people aged 18–20. According to the observations of the interviewees, the concentration of «throw-ins» increased significantly with the beginning of a full-scale invasion. We also proved the hypothesis and can state that the spread of disinformation affects those who live in Ukraine more than those who live abroad. According to the respondents, their dissemination can pursue different goals, but they are all united by a common desire to harm Ukrainian society.*

***Conclusions.** Disappointment of Ukrainians in victory, intimidation of the population, provocation of a sensual reaction, imposition of a certain position, change of views, and substitution of information – the aggressor country is counting on all this, spreading its disinformation. So, mass media «throw-ins» perform a propaganda role in its negative aspect.*

***Keywords:** mass-media «throw-ins», Russian propaganda, disinformation.*

## Роль масмедійних «вкидів» російських пропагандистів в умовах 3-го періоду російсько-української війни 2022–2023 років

Тетяна Симчич,  
кафедра журналістики,  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
(м. Івано-Франківськ, Україна; м. Лондон, Англія)

### Вступ

Тема ролі масмедійних «вкидів» російських пропагандистів є актуальною. У нашому дослідженні аналізуємо проблему ролі такої дезінформації під час війни. Оскільки вищезгадану проблему досліджено мало, пропонуємо аналіз тих праць, які є дотичними до обраної нами теми.

*Об'єктом* дослідження ми обрали масмедійні «вкиди» російських пропагандистів в умовах 3-го періоду російсько-української війни 2022–2023 років, *предметом* – роль інформаційних масмедійних «вкидів» російських пропагандистів в умовах 3-го періоду російсько-української війни 2022–2023 років.

*Гіпотеза* дослідження полягала в тому, що масмедійні «вкиди» російських пропагандистів виконують негативну пропагандистську роль упродовж 3-го періоду російсько-української війни.

*Метою* дослідження є з'ясування ролі масмедійних «вкидів» російських пропагандистів упродовж 3-го періоду російсько-української війни 2022–2023 років.

### *Історія дослідження проблеми*

Масмедійні «вкиди» уже давно стали частиною нашого життя. Ми щодня зіштовхуємося з ними, інколи не помічаючи цього. Хоч тема масмедійних «вкидів» є актуальною в сучасному інформаційному просторі, чіткого визначення цього словосполучення немає. Це поняття можемо ототожнити зі значенням слів «дезінформація», «фейки» і «пропаганда», проте варто внести деякі уточнення. Масмедійні «вкиди» – це розповсюдження маніпулятивної або неправдивої інформації за допомогою засобів масової інформації. Таке поширення однозначно має негативні наміри.

Тема фейків, маніпуляцій та інформаційної безпеки давно стала гострим питанням у всьому світі. Дослідники (наприклад, Р. Герасименко (Herasymenko, 2015), П. Синєокий (Synyeokuu, 2022), Д. Щіпак (Shchipak, 2021) тощо) описують методи боротьби та схеми їх розпізнавання, проте, на жаль, досліджень щодо ролі масмедійних «вкидів» досі немає. Саме тому ми аналізуватимемо роботи науковців, праці яких дотичні до вищезгаданої теми.

Питання фейків у ЗМІ вивчала І. Мудра (Мудра, 2016). На думку авторки, «вкиди» мають на меті «посіяти сумніви і переконати аудиторію у правдивості поданої інформації». Фейки в мережі також мають певні завдання: заплутати споживачів, нав'язати власні позиції й бачення, викликати емоції, посіяти страх чи паніку, змінити погляди аудиторії, привернути увагу й породжувати сумніви (Мудра, 2016).

У своїй праці «Інформаційний вплив російських ЗМІ як засіб гібридної війни проти України» Л. Мильченко (Мильченко, 2021) описала, як за допомогою наративів можна дестабілізувати суспільство. «Однією з потенційних загроз національній безпеці будь-якої країни є переформатування її інформаційного простору і, як результат, — ціннісних систем

різних цільових аудиторій» (Мильченко, 2021). Масмедійні «вкиди» є матеріалом, із якого вибудовуються системи наративів.

У дослідженні «Особливості впливу російської пропаганди на українське суспільство в умовах гібридної агресії Росії проти України» Н. Ващенко (Ващенко, 2020) довела важливу закономірність. Аналізуючи її працю, ми з'ясували, що інтенсивність впливу пропаганди залежить від регіону цільової аудиторії. Більшої шкоди вона завдає тим, у чію картину світу може органічно «влитись», а отже, однаковий масмедійний «вкид» може відігравати різну роль для різної аудиторії (Ващенко, 2020).

Аналізуючи статтю О. Мінченко «Страх і ненависть в мережі: огляд сайтів, що поширюють фейки та чутки», ми зауважили ще одну неочевидну роль масмедійних «вкидів» (Мінченко, 2014). Авторка підкреслює, що страх, необґрунтовані висновки й тактики з фейсбуку, які базуються на дезінформації, мають вплив не лише на почуття й емоції, а й на рішення споживачів. Тобто в такому випадку, «вкиди» стають підґрунтям або ж поштовхом до певних дій (Мінченко, 2014).

Із масмедійних «вкидів», як із цеглин, системи російських масмедійних наративів вибудовувалися роками. Вони мали й мають місце не тільки в українському інформаційному просторі, а й в усьому світі. Російська Федерація виробила потужну систему наративів, яку щоденно «підживлює» новими фейками та провокаціями, бажаючи, таким чином, змінити погляди людей на певні ситуації. Для цього вона використовує власні канали й інші методи поширення інформації.

Зарубіжні науковці досліджували російські наративи, проте не крізь призму масмедіа. Ми ж аналізуватимемо працю, дотичні до вищезгаданої теми.

Американський дослідник й аналітик Д. Горенбург (Gorenburg, 2019) написав змістовну працю на тему «Наративи російської зовнішньої політики». Вона базується на результатах моніторингу засобів масової інформації протягом десяти місяців. До уваги брались як російські, так і західні масмедіа. У своєму дослідженні Д. Горенбург (Gorenburg, 2019) виокремив десять наративів, які часто вживалися росіянами під час обговорення зовнішньої політики (Gorenburg, 2019).

Ще однією важливою й дотичною до теми систем наративів є дослідження Д. Фрума «Велика російська дезінформаційна кампанія» (Frum, 2018). Це аналіз книги «Шлях до несвободи», написаної істориком-активістом. «Він (Путін) просував ідеології, які Снайдер винахідливо описує як *шизофашизм*: “фактичні фашисти називають своїх опонентів «фашистами», звинувачують у Голокості євреїв, розглядають Другу світову війну як аргумент для посилення насильства”», – пише автор. Фактично російський президент і надалі просуває такий наратив. Хоч своє дослідження Д. Фрум (Frum, 2018) написав ще до повномасштабного вторгнення в Україну, «вкиди» із такою позицією поширюються й сьогодні (Frum, 2018).

Автор у своїй праці зауважив ще одну важливу систему наративів, які також є актуальними. Дослідник описує, як, вводючи свої війська на територію українського півострова Крим, Путін просував думку, що нічого не відбувається, мовляв, їхню форму може купити будь-хто. Тоді Російська Федерація вибудовувала в масмедіа позицію, нібито вона жертва, звинувативши в усьому США (Frum, 2018).

«Російська модель пропаганди “Потік брехні”» (Paul, & Matthews, 2016) – дослідження двох зарубіжних дослідників, яке є дотичним до теми систем наративів. Перш за все варто пояснити таку назву, запропоновану авторами. «Ми характеризуємо сучасну російську модель пропаганди як «потік брехні» через дві її відмінні риси: велику кількість каналів і повідомлень та безсоромну готовність поширювати часткову правду чи відверту вигадку» (Paul, & Matthews, 2016).

У вищезгаданому дослідженні К. Пол та М. Метьюз (Paul, & Matthews, 2016) зазначають, що аудиторія сприймає неправду краще, коли ця брехня узгоджена з уже сформованими наративами й упередженнями, і якщо повідомлення підкріпити доказами або начебто перевіреними джерелами, то шанси на перцепцію такої інформації швидко зростають. Автори наголошують, що такі російські пропагандистські канали, як RT та Sputnik, є недобросовісними й підступними. Вони отримують довіру аудиторії, як нібито надійне джерело інформації, водночас просуваючи там масмедійні «вкиди». У своєму дослідженні автори також пропонують методи протистояння російській пропаганді та «вливанню» наративів (Paul, & Matthews, 2016).

Не можемо не підмітити ще один наратив, який є дуже актуальним. Російська Федерація завдяки медіа намагається «вливати» у підсвідомість іноземців інформацію про те, що санкції не працюють. Такі «вкиди» помітили й автори публікації «Такер Карлсон є лише частиною дезінформаційної війни Путіна в західних ЗМІ» (Sonnenfeld, & Tian, 2023). Д. Зонненфельд і С. Тіан (Sonnenfeld, & Tian, 2023) опублікували статтю про російські наративи на сайті нью-йоркського журналу «Time».

У публікації автори пишуть, що Путін намагається виграти інформаційну війну й залишити Україну без союзників. Для цього він поширює фейки. Найбільше дослідників обурило те, що й західні журналісти розповсюджують таку дезінформацію й підтасовують дані. «...Той факт, що ще багато роботи, не повинен применшувати той факт, що санкції та відступ бізнесу завдають великої шкоди російській економіці – що є правдою, які б наративи не крутили ЗМІ» (Sonnenfeld, & Tian, 2023).

Загостреність теми дезінформації суспільства змушує дослідників розбиратися в цій проблемі все глибше. Зарубіжні автори А. Хан, К. Броман і Ш. Аддас (Khan, Brohman, & Addas, 2022) спробували розібрати фейк, як цифровий об'єкт, його структуру й контексти. У статті «Анатомія «фейкових новин»: вивчення неправдивих повідомлень як цифрових об'єктів» вони виступали проти вживання терміна «фейкові новини», оскільки межі цього словосполучення дуже розмиті. Його використовували в інших наукових роботах із різним значенням, і є суперечливе використання в народній мові. Автори описали власну концепцію фальшивого цифрового повідомлення й цифрового об'єкта, а також виокремили й проаналізували три типи неправдивої інформації (Khan, Brohman, & Addas, 2022).

У зарубіжному дослідженні автори статті «Тенденції дифузії дезінформації у соціальних мережах» зазначають, що поширення фейків може бути потенційною загрозою демократії країни й суспільства загалом. Х. Олкотт, М. Генцков та Ч. Ю (Allcott, Gentzkow, & Yu, 2019) зафіксували стабільне зростання взаємодії з неправдивою інформацією у Facebook та Twitter із 2015 року до кінця 2016 року. Таку тенденцію вони пов'язують із виборами й підтверджують даними, що у передвиборчий період сайти, які поширюють дезінформацію, отримують більше залучень у Facebook, ніж основні. Отже, проаналізувавши це дослідження крізь призму обраної нами теми, можемо помітити, що за допомогою фейкових новин інші особи хочуть впливати на вибір суспільства (Allcott, Gentzkow, & Yu, 2019).

Такі зарубіжні автори, як А. Ерліх і К. Гарнер (Erlich, & Garner, 2023) досліджували дуже важливу для України тему, зокрема «Чи ефективна прокремлівська дезінформація? Докази з України». Під час дослідження вони довели, що, незважаючи на постійний вплив російських фейків, українці здатні відрізнити правдиві факти від прокремлівських дезінформаційних тверджень, проте українському суспільству, за дослідженням вищезгаданих авторів, усе ще важко відрізнити економічну дезінформацію від правди. Також А. Ерліх і К. Гарнер (Erlich, & Garner, 2023) зазначають, що політичні вподобання впливають на здатність виокремлювати серед усієї інформації правдиву. У висновку автори вказують на

те, що ті, хто підтримує проросійські політичні партії, менше відрізняють правду від дезінформації кремлівської пропаганди (Erlich, & Garner, 2023).

Ще одним, дотичним до обраної нами теми дослідженням є стаття «Інформаційна грамотність проти фейкових новин: приклад України». У ньому М. Хей, Т. Хей і Т. Матичак (Haigh, Haigh, & Matychak, 2019) розповідають про програму «Навчися розрізняти», яка була розроблена в Україні 2015 року, а також аналізують усі випробування, що виникають перед суспільством у «гібридній війні». Автори наголошують, що поширення великого потоку фейків й інформаційне домінування є стратегією в цьому протистоянні. Підсумовуючи, дослідники констатували, що все, що допомагає суспільству розібратися, де правда, а де фейк, відіграє роль у зміцненні демократії та громадянського суспільства (Haigh, Haigh, & Matychak, 2019).

За «гібридною війною» між Україною й Російською Федерацією спостерігає весь світ, тому тема дезінформації часто досліджується зарубіжними авторами на прикладах прокремлівських пропагандистських кампаній. Американські дослідники Ф. П'єррі, Л. Лучері, Н. Джіндал та Е. Феррара (Pierri, Luceri, Jindal, & Ferrara, 2023) виклали свої напрацювання з вищезгаданої тематики в статті «Пропаганда й дезінформація у Facebook і Twitter під час російського вторгнення в Україну». Там автори описали результати своїх спостережень, зокрема те, що статті, які є правдивими, поширюються краще, ніж дезінформація, проте випадки розповсюдження фейків усе-таки є. Також вони наголосили на значущості певних впливових акаунтів, відомих як «суперрозповсюджувачі» дезінформації, у процесі поширення неправдивої інформації. Група цих акаунтів відіграє ключову роль у просуванні й розповсюдженні дезінформаційних матеріалів, із якої вони генерують 60–80% усіх взаємодій і ретвітів, пов'язаних із дезінформацією (Pierri, Luceri, Jindal, & Ferrara, 2023).

Орієнтуючись на вищесказане, можемо сказати, що зарубіжні дослідники активно помічають і вивчають наративи й дезінформацію, які Російська Федерація бажає «влити» в їхній і наш медіапростір.

### Методи й методики дослідження

Для дослідження обраної теми ми використовували як *теоретичні*, так і *практичні* методи.

Такі *теоретичні* методи, як аналіз дотичних до обраної нами теми досліджень і гіпотетико-дедуктивний метод, дали нам змогу глибше розібратись у поточній ситуації. Перший метод структурував знання про масмедійні «вкиди» та їх поширення мережею. Другий метод на основі вже проведеного компаративного аналізу допоміг сформулювати гіпотезу про те, що масмедійні «вкиди» російських пропагандистів відіграють негативну пропагандистську роль в умовах 3-го періоду російсько-української війни. Використовуючи обидва методи, ми припустили, що масмедійні «вкиди» можуть мати вищий ступінь впливу на тих, хто живе в Україні, ніж на тих, хто проживав/проживає за кордоном або повернувся звідти.

Ми використали такі практичні методи, як опитування й кількісно-якісний аналіз отриманих даних. Опитування дало змогу отримати думку респондентів на 6 запропонованих нами запитань, які стосуються теми, яку ми досліджуємо. Запитання формувалися на основі гіпотези. Кількісно-якісний аналіз дозволив узагальнити отримані дані за допомогою числових показників і глибше проаналізувати процеси, які відбуваються в житті людей через масмедійні «вкиди» російських пропагандистів під час війни.

*Методика досліджень* полягала в декількох процедурах.

1. На основі гіпотези було складено опитувальник за допомогою електронного агрегату «Гугл Форми».

2. Ця форма була розіслана респондентам віком від 18 до 22 років завдяки соціальній мережі «Instagram». Посилання на опитувальник було розміщено на сторінці у вільному доступі. Вищезгадана соціальна мережа була обрана тому, що її користувачами частіше, за даними «Детектор медіа», є молоді люди віком від 18 до 22 років (MediaSapiens, 2019).

3. В опитуванні взяли участь 50 осіб (3 особи (6%) віком 18 років, 11 осіб (22%) – 19 років, 22 особи (44%) – 20 років, 8 осіб (16%) – 21 року та 6 (12%) – 22 років). Респондентів ми поділили на тих, хто проживав/проживає за кордоном (19 респондентів, або 38%) або повернувся в Україну, і тих, хто на час заповнення опитувальника проживав в Україні (31 респондент, або 62%).

4. Респондентам було запропоновано відповісти на 3 запитання та доповнити 3 твердження за допомогою вже готових варіантів відповідей. Запитання 1 – «Чи відомо Вам, що таке масмедійні “вкиди”?», варіанти відповідей – «так», «ні», «частково». Запитання 2 – «Чи бачили Ви такі «вкиди» у соціальних мережах?», варіанти відповідей – «так», «ні», «не помічав/помічала». Твердження 3 – «Я вважаю, що масмедійні «вкиди» російських пропагандистів...», варіанти відповідей – «не мають впливу на мене», «мають легкий вплив на мене», «мають значний вплив на мене», «не можу відповісти». Запитання 4 – «Чи помітили Ви збільшення інформаційних «вکیدів» російських пропагандистів в український медіапростір із початком повномасштабного вторгнення?», варіанти відповідей – «так» або «ні». Твердження 5 – «Я вважаю, що російські пропагандисти використовують масмедійні «вкиди» в українському інформаційному просторі з метою...», варіанти відповідей – «розбрату в державі», «зневірити українців у перемозі», «заякування населення», «налагодження комунікації» та «інше» (тут респонденти могли сформулювати свою думку). Твердження 6 – «На мою думку, використовуючи масмедійні «вкиди», російські пропагандисти намагаються...», варіанти відповідей – «спровокувати чуттєві реакції», «нав'язувати певні позиції», «змінити погляди користувачів», «підмінити офіційну інформацію» та «інше» (див. – Symchych, 2023).

5. Усі результати ми інтерпретували в діаграмі й таблиці й опублікували їх на електронному ресурсі міжнародного репозитарію SSRN (див. – Symchych, 2023).

### Результати дослідження

На перше запитання «Чи відомо Вам, що таке масмедійні “вкиди”?» 35 осіб (70%) відповіли: «Так». Інші 5 опитаних (10%) не знають, що таке масмедійний «вкид». Ще 10 (20%) респондентів обрали варіант відповіді «частково» (див. табл. 1 далі).

Таблиця 1.

Результати відповідей респондентів на запитання 1.

<i>Чи відомо Вам, що таке масмедійний «вкид»?</i>	
Варіанти відповідей	%
«Так»	70
«Ні»	10
«Частково»	20
РАЗОМ	100



У відповідях на наступне запитання «Чи зустрічали Ви такі «вкиди» у соціальних мережах?» 41 респондент (82%) позначив варіант «так». Відповідь «ні» ми зафіксували в одного опитуваного (2%). Ще 8 осіб (16%) не помічали «вкиди» у соціальних мережах (див. табл. 2 далі).

Таблиця 2.  
Результати відповідей респондентів на запитання 2.

<i>Чи зустрічали Ви такі «вкиди» у соціальних мережах?</i>	
Варіанти відповідей	%
«Так»	82
«Ні»	2
«Не помічав/помічала»	16
РАЗОМ	100

У третьому пункті опитувальника ми запропонували респондентам закінчити речення «Я вважаю, що масмедійні «вкиди» російських пропагандистів...». Аналіз результатів дозволив зафіксувати, що 29 (58%) осіб позначили варіант «не мають впливу на мене». Інші 15 (30%) опитаних обрали відповідь «мають легкий вплив на мене». Ще 5 (10%) респондентів залишили позначку біля закінчення «не можу відповісти», один (2%) респондент відповів: «Мають значний вплив на мене» (див. табл. 3 далі).

Таблиця 3.  
Результати доповнення респондентами твердження 3.

<i>Я вважаю, що масмедійні «вкиди» російських пропагандистів...</i>	
Варіанти відповідей	%
«не мають впливу на мене»	58
«мають легкий вплив на мене»	30
«не можу відповісти»	10
«мають значний вплив на мене»	2
РАЗОМ	100

Оскільки було встановлено (Ващенко, 2020), що інтенсивність впливу російської пропаганди може змінюватися залежно від регіону перебування, ми сформулювали судження, яке потребувало перевірки.

Ми припустили, що масмедійні «вкиди» можуть мати більший ступінь впливу на тих, хто живе в Україні, ніж на тих, хто проживав/проживає за кордоном або повернувся звідти.

Згідно з результатами дослідження виявили, що з тих, хто обрав варіант доповнення «не мають впливу на мене» до твердження-стимулу, 17 осіб – це ті, хто живе в Україні, та 12 – ті, хто проживає/проживав за кордоном або повернувся звідти (відповідно 34/24%).

Із тих, хто обрав варіант доповнення «мають легкий вплив на мене», 11 респондентів – це ті, хто живе в Україні, та 4 – ті, хто проживав/проживає за кордоном або повернувся звідти (відповідно 22/8%).

Із 5 опитаних респондентів, які обрали доповнення «не можу відповісти», 3 – це ті, хто живе в Україні, та 2 – ті, хто проживав/проживає за кордоном або повернувся звідти (відповідно 6/4%).

Один респондент, який обрав доповнення «мають значний вплив на мене», живе в Україні (відповідно 2/0%).

Таблиця 4.

Результати доповнень респондентами твердження 3 з урахуванням місця перебування респондентів.

<i>Я вважаю, що масмедійні «вкиди» російських пропагандистів...</i>		
Варіанти відповідей	Ті, хто живе в Україні (%)	Ті, хто проживає/проживав за кордоном або повернувся звідти (%)
«не мають впливу на мене»	34	24
«мають легкий вплив на мене»	22	8
«не можу відповісти»	6	4
«мають значний вплив на мене»	2	0
РАЗОМ	100	

На запитання «Чи помітили Ви збільшення інформаційних «вкидів» російських пропагандистів в український медіапростір із початком повномасштабного вторгнення?» варіант відповіді «так» обрали 44 (88%) особи, варіант «ні» обрали 6 (12%) респондентів (див. табл. 4 далі).

Таблиця 5.

Результати відповідей респондентів на запитання 4.

<i>Чи помітили Ви збільшення інформаційних «вкидів» російських пропагандистів в український медіапростір із початком повномасштабного вторгнення?</i>	
Варіанти відповідей	%
«Так»	88
«Ні»	12
РАЗОМ	100

У наступному завданні ми запропонували респондентам обрати один із запропонованих варіантів (або за бажанням дописати власний варіант відповіді) і закінчити

речення «Я вважаю, що російські пропагандисти використовують масмедійні «вкиди» в українському інформаційному просторі з метою...». 21 (42%) респондент обрав варіант закінчення «...розбрату в державі». Ще 14 (28%) учасників опитування виявили реакції, які свідчать про їхнє переконання в тому, що російські пропагандисти використовують масмедійні «вкиди» із метою «...зневірити українців у перемозі». 11 (22%) респондентів обрали відповідь «...залякування населення». Жоден із респондентів не закінчив речення словосполученням «...налагодження комунікації». Там, де респонденти могли залишити свій варіант, ми зафіксували такі відповіді: «Усі варіанти» (двічі), «Усе перераховане» та «1–3 пункти», а саме: «залякування населення», «розбрату в державі», «зневірити українців у перемозі» (див. табл. 5 далі).

Таблиця 6.

Результати доповнень респондентами твердження 5.

<i>Я вважаю, що російські пропагандисти використовують масмедійні «вкиди» в українському інформаційному просторі з метою...</i>	
Варіанти відповідей	%
«розбрату в державі»	42
«зневірити українців у перемозі»	28
«залякування населення»	22
«налагодження комунікації»	–
«Інше...»	8
РАЗОМ	100

У заключному завданні дослідження респонденти також доповнювали речення із запропонованих варіантів або додавали власний. «На мою думку, використовуючи масмедійні «вкиди», російські пропагандисти намагаються...» – це початок судження. 15 (30%) респондентів для закінчення речення обрали варіант «спровокувати чуттєві реакції». Ще 12 (24%) учасників дослідження вважають, що, використовуючи масмедійні «вкиди», російські пропагандисти намагаються «нав'язувати певні позиції». Далі ми зафіксували однакову кількість респондентів, а саме 11 (22%), які позначили відповіді «змінити погляди користувачів» і «підмінити офіційну інформацію». Один (2%) респондент залишив свій варіант «усе вищезазначене» (див. табл. 6 далі).

Таблиця 7.

Результати доповнень респондентами твердження 6.

<i>На мою думку, використовуючи масмедійні «вкиди», російські пропагандисти намагаються...</i>	
Варіанти відповідей	%
«спровокувати чуттєві реакції»	30
«нав'язувати певні позиції»	24

«змінити погляди користувачів»	22
«підмінити офіційну інформацію»	22
«Інше...»	2
РАЗОМ	100

Аналізуючи отримані результати, можемо констатувати, що більша частина молоді віком від 18 до 22 років, яка брала участь в опитуванні, знає, що таке масмедійні «вкиди». Варто зазначити, що чіткого тлумачення вищезгаданого терміна пошуковий сервіс «Google» не пропонує. Ми вважаємо, що розуміння словосполучення «масмедійні “вкиди”» респонденти отримали разом із новинами з інформаційного простору.

Оскільки близько 80% респондентів зустрічали російські «вкиди» у соціальних мережах, можемо констатувати, що «Instagram», «Facebook», «TikTok» та інші платформи є потужними помічниками пропагандистів, проте є ті респонденти, які частково ознайомлені з поняттям і не помічали такої дезінформації у вищезгаданих мережах.

Більше 50% респондентів вважають, що масмедійні «вкиди» російських пропагандистів не мають на них впливу. Вважаємо, що такий позитивний результат ми отримали у зв'язку з тим, що українське суспільство навчилося розпізнавати пропагандистські «вкиди» й адаптувалося в медіасередовищі, де всю інформацію потрібно перевіряти. На противагу цьому є невелика частина осіб, які помічають значну дію дезінформування.

Спираючись на те, що з 15 учасників дослідження, які помічають «легкий» вплив масмедійних «вکیدів», 11 – це ті, хто живе в Україні, констатуємо, що наше припущення підтвердилося. Іншими словами, поширення дезінформації впливає більше на тих, хто живе на території України.

Значна частина респондентів помітила збільшення «вکیدів» в український медіапростір із початком повномасштабного вторгнення. Отже, їхня концентрація в українських мережах, дійсно, зросла.

Варто зауважити, що розбрат в Україні, зневіра українців у перемозі, залякування населення, провокація чуттєвої реакції, нав'язування певної позиції, зміна поглядів і підміна інформації – усе це завдання пропаганди в її негативному аспекті.

Реакції респондентів на два останні завдання продемонстрували, що всі запропоновані нами варіанти щодо мети росіян поширювати «вкиди» є можливими, на думку 18–22-річних учасників дослідження.

## Висновки

У дослідженні ролі масмедійних «вکیدів» російських пропагандистів нам удалося досягти поставленої мети. Ми опрацювали вітчизняні та зарубіжні матеріали, дотичні до обраної нами теми, також ми провели опитування, завдяки якому й досягли поставленої мети.

Ми підтвердили висунуту гіпотезу, що масмедійні «вкиди» виконують пропагандистську роль у її негативному аспекті.

За результатами опитування ми виявили такі тенденції:

1. Із початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну в українському медіапросторі значно збільшилася кількість «вکیدів», які більшість респондентів помічають у соціальних мережах.

2. За рік активної фази війни українська молодь адаптувалась до атакованого інформаційного простору, тому «вкиди» мають усе менший вплив на наше суспільство. Поширення дезінформації впливає більше на тих, хто живе на території України.

3. Зневіра українців у перемозі, залякування населення, провокація чуттєвої реакції, нав'язування певної позиції, зміна поглядів і підміна інформації – саме в цьому й полягає роль масмедійних «вкидів» росіян.

Оскільки ще ніхто не описував роль масмедійних «вкидів» російських пропагандистів, наше дослідження є вагомим внеском у розвиток цієї теми. Проблема путінської дезінформації є й буде в нашому житті, тож ця робота не втрачатиме своєї актуальності.

Також запропонована нами тема має перспективи подальших досліджень, оскільки російська пропаганда не стоїть на місці, а все активніше вигадує схеми для захоплення українського інформаційного простору. У подальшому отримані нами результати можуть зазнати суттєвих змін, також розвиток цієї теми в післявоєнний час буде дуже корисним.

*Подяка.*

Висловлюємо подяку респондентам, які приділили час для проходження опитування.

### **Заява**

#### **Фінансування**

Це дослідження не було профінансовано жодною організацією й здійснювалося за рахунок автора.

#### **Конфлікт інтересів**

Жодного.

#### **Етика**

Матеріал, що подано в цій статті, відповідає всім пунктам і вимогам, що висунуті Комісією з етики редакторсько-видавничого відділу громадської організації «Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ».

#### **Авторське право**

Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах Creative Commons Attribution. Це ліцензія, що дозволяє необмежене використання, розповсюдження й відтворення на будь-якому носії за умови, якщо оригінальний автор і джерело вказано належним чином.

### **Література**

- Allcott, H., Gentzkow, M. & Yu, Ch. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research and Politics*, 1–8, April-June. <https://doi.org/10.1177/2053168019848554>
- Erlich, A., & Garner, C. (2023). Is pro-Kremlin Disinformation Effective? Evidence from Ukraine. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 5–28. <https://doi.org/10.1177/19401612211045221>
- Frum, D. (2018). The Great Russian Disinformation Campaign. <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2018/07/the-great-russian-disinformation-campaign/564032/>.
- Gorenburg, D. (2019). Russian Foreign Policy Narratives, Marshall Center Security Insight, no. 42. <https://www.marshallcenter.org/en/publications/security-insights/russian-foreign-policy-narratives-0>.
- Haigh, M., Haigh, T., & Matychak, T. (2019). Information Literacy vs. Fake News: The Case of Ukraine. *Open Information Science*, 3, 154–165. <https://doi.org/10.1515/opis-2019-0011>

- Khan, A., Brohman, K., & Addas, Sh. (2022). The anatomy of «fake news»: Studying false messages as digital objects. *Journal of Information Technology*, 37(2), 122–143. <https://doi.org/10.1177/02683962211037693>
- MediaSapiens (2019). Instagram користуються 11 млн українців – дослідження. <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/22668/2019-03-27-instagram-korystuyutsya-11-mln-ukraintsiv-doslidzhennya/>
- Paul, Ch., & Matthews, M. (2016). The Russian «Firehose of Falsehood» Propaganda Model, RAND Corporation, no. PE-198-OSD. <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html#fn35>
- Pierri, F., Luceri, L., Jindal, N. & Ferrara, E. (2023). Propaganda and Misinformation on Facebook and Twitter during the Russian Invasion of Ukraine. *Proceedings of the 15th ACM Web Science Conference 2023*, 65–74. <https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>
- Sonnenfeld, J., & Tian, S. (2023). Tucker Carlson Is Only One Part of Putin's Disinformation War in the Western Media. <https://time.com/6276130/putins-disinformation-war-western-media/>
- Symchych, T. (2023). The role of mass media «throw-ins» of Russian propagandists in the conditions of the 3rd period of the Russian-Ukrainian war of 2022–2023. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=>
- Ващенко, Н.М. (2020). Особливості впливу російської пропаганди на українське суспільство в умовах гібридної агресії Росії проти. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми медіапростору». <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/archives/2063>
- Герасименко, Р. (2015). Факт-чекінг для журналіста: соцмережі та «вкиди» як перевірка на професійність. <http://ua.ejo-online.eu/2065/етика-та-якість/факт-чекінг-для-журналістасоцмережі?print=print>
- Мильченко, Л. (2021). Інформаційний вплив російських ЗМІ як засіб гібридної війни проти України. *Вісник Книжкової палати*, 10, 8–16. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr\\_2021\\_10\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2021_10_4)
- Мінченко, О. (2014). Страх і ненависть в мережі: огляд сайтів, що поширюють фейки та чутки. <http://watcher.com.ua/2014/09/26/strah-i-nenavyst-v-merezhi-ohlyad-saytiv-schopshyruuyut-feyku-ta-chutky/>
- Мудра, І. (2016). Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*, 15, 184–188.
- Синеокий, П. (2022). Росія змінила риторику фейків: чого домагається Кремль та як протидіяти. [https://24tv.ua/rosiyska-propaganda-ekspertka-po-yasnila-yak-propagandisti-hochut\\_n2212645](https://24tv.ua/rosiyska-propaganda-ekspertka-po-yasnila-yak-propagandisti-hochut_n2212645).
- Щіпак, Д.Д. (2021). Протидії маніпулятивному впливу інформаційних фейків у соціальних мережах. <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/52040/1/%D0%A9%D1%96%D0%BF%D0%B0%D0%BA.pdf>.

## Reference

- Allcott, H., Gentzkow, M. & Yu, Ch. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research and Politics*, 1–8, April-June. <https://doi.org/10.1177/2053168019848554>
- Erlich, A., & Garner, C. (2023). Is pro-Kremlin Disinformation Effective? Evidence from Ukraine. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 5–28. <https://doi.org/10.1177/19401612211045221>

- Frum, D. (2018). The Great Russian Disinformation Campaign. <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2018/07/the-great-russian-disinformation-campaign/564032/>
- Gorenburg, D. (2019). Russian Foreign Policy Narratives, Marshall Center Security Insight, no. 42. <https://www.marshallcenter.org/en/publications/security-insights/russian-foreign-policy-narratives-0>
- Haigh, M., Haigh, T., & Matychak, T. (2019). Information Literacy vs. Fake News: The Case of Ukraine. *Open Information Science*, 3, 154–165. <https://doi.org/10.1515/opis-2019-0011>
- Herasymenko, R. (2015). Fakt-chekinh dlya zhurnalista: sotsmerezhi ta «vkydy» yak perevirka na profesiynist' [Fact-checking for a journalist: social networks and «throw-ins» as a check for professionalism] [In Ukrainian] <http://ua.ejo-online.eu/2065/етика-та-якість/факт-чекінг-для-журналістасоцмережі?print=print>
- Khan, A., Brohman, K., & Addas, Sh. (2022). The anatomy of «fake news»: Studying false messages as digital objects. *Journal of Information Technology*, 37(2), 122–143. <https://doi.org/10.1177/02683962211037693>
- MediaSapiens (2019). Instagram korystuyutsya 11 mln ukrayintsiv – doslidzhennya [Instagram is used by 11 million Ukrainians – research] <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/22668/2019-03-27-instagram-korystuyutsya-11-mln-ukrayintsiv-doslidzhennya/> [In Ukrainian].
- Minchenko, O. (2014). Strakh i nenavyst v merezhi: ohlyad saytiv, shcho poshyryuyut feyky ta chutky [Fear and hate on the Net: An overview of sites spreading fakes and rumors] <http://watcher.com.ua/2014/09/26/strah-i-nenavyst-v-merezhi-ohlyad-saytiv-scho-poshyryuyut-feyky-ta-chutky/> [In Ukrainian].
- Mudra, I. (2016). Ponyattya «feyk» ta yoho vydy u ZMI [The concept of «fake» and its types in mass media]. *Tele- ta radiozhurnalistyka – Television and Radio Journalism*, 15, 184–188 [In Ukrainian].
- Mylchenko, L. (2021). Informatsiynyy vplyv rosiyskykh ZMI yak zasib hibrydnoyi viyny proty Ukrainy [Information influence of the Russian media as a means of hybrid war against Ukraine]. *Visnyk Knyzhkovoyi palaty – Bulletin of the Book Chamber*, 10, 8–16 [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp\\_2021\\_10\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2021_10_4) [In Ukrainian].
- Paul, Ch., & Matthews, M. (2016). The Russian «Firehose of Falsehood» Propaganda Model, RAND Corporation, no. PE-198-OSD. <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html#fn35>
- Pierri, F., Luceri, L., Jindal, N. & Ferrara, E. (2023). Propaganda and Misinformation on Facebook and Twitter during the Russian Invasion of Ukraine. *Proceedings of the 15th ACM Web Science Conference 2023*. 65–74. <https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>
- Shchipak, D.D. (2021). Protydiyi manipulyatyvnomu vplyvu informatsiynykh feyktiv u sotsial'nykh merezhakh [Countermeasures against the manipulative influence of informational fakes in social networks] <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/52040/1/%D0%A9%D1%96%D0%BF%D0%B0%D0%BA.pdf> [In Ukrainian].
- Sonnenfeld, J., & Tian, S. (2023). Tucker Carlson Is Only One Part of Putin's Disinformation War in the Western Media. <https://time.com/6276130/putins-disinformation-war-western-media/>
- Symchych, T. (2023). The role of mass media «throw-ins» of Russian propagandists in the conditions of the 3rd period of the Russian-Ukrainian war of 2022–2023. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=>
- Synyeokyy, P. (2022). Rosiya zminyla rytoryku feyktiv: choho domahayet'sya Kreml' ta yak protydiyaty [Russia has changed the rhetoric of fakes: what the Kremlin is trying to achieve

and how to counter it] [https://24tv.ua/rosiyska-propaganda-ekspertka-poyasnila-yak-propagandisti-hochut\\_n2212645](https://24tv.ua/rosiyska-propaganda-ekspertka-poyasnila-yak-propagandisti-hochut_n2212645) [In Ukrainian].  
Vashchenko, N.M. (2020). Osoblyvosti vplyvu rosiyskoyi propahandy na ukrayinske suspilstvo v umovakh hibrydnoyi ahresiyi Rosiyi proty [Peculiarities of the influence of Russian propaganda on Ukrainian society in the conditions of Russia's hybrid aggression against]. *Materialy II Vseukrayinskoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi «Aktualni problemy mediaprostoru» – Materials of the 2nd All-Ukrainian scientific and practical conference «Actual problems of the media space»* Retrieved from <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/archives/2063> [In Ukrainian].

### **Роль масмедійних «вкидів» російських пропагандистів в умовах 3-го періоду російсько-української війни 2022–2023 років**

**Тетяна Симчич,**

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
(м. Івано-Франківськ, Україна; м. Лондон, Англія)*

#### **Анотація**

**Метою** дослідження є з'ясування ролі масмедійних «вкидів» російських пропагандистів упродовж 3-го періоду російсько-української війни 2022–2023 років.

**Методи дослідження.** У дослідженні ми використали такі теоретичні методи, як компаративний і гіпотетико-дедуктивний. Вони дали нам змогу глибше розібратись у поточній ситуації. Серед практичних методів ми обрали опитування й кількісно-якісний аналіз отриманих даних.

**Методика дослідження.** 50 респондентів віком від 18 до 22 проходили опитування за допомогою електронного агрегату «Гугл Форм». Там вони відповідали на 6 запитань, які стосуються масмедійних «вкидів» російських пропагандистів, їхньої ролі та впливу на українців. Після чого проводився кількісно-якісний аналіз на основі теоретичних знань й отриманих даних.

Відповідно до **результатів дослідження** масмедійні «вкиди» мають легкий вплив або не мають впливу на молодь 18–20 років. За спостереженнями опитуваних, концентрація «вкидів» із початком повномасштабного вторгнення значно збільшилася. Ми довели гіпотезу, що поширення дезінформації більше впливає на тих, хто проживає на території України, ніж на тих, хто за кордоном. На думку респондентів, розповсюдження масмедійних «вкидів» може мати різні цілі, проте всі вони об'єднані спільною метою – завдати шкоди українському суспільству.

**Висновки.** Зневіра українців у перемозі, залякування населення, провокація чуттєвої реакції, нав'язування певної позиції, зміна поглядів і підміна інформації – усе це результат, на який розраховує країна-агресор, розповсюджуючи свою дезінформацію. Отже, масмедійні «вкиди» виконують пропагандистську роль у її негативному аспекті.

**Ключові слова:** масмедійні «вкиди», російська пропаганда, дезінформація.

*Submitted to the editor – 12.08.2023*

*Review 1 – 08.09.2023*

*Review 2 – 11.09.2023*

*Accepted for printing – 13.10.2023*



*Подано до редакції – 12.08.2023*

*Рецензія 1 – 08.09.2023*

*Рецензія 2 – 11.09.2023*

*Прийнято до друку – 13.10.2023*



# **SOCIAL COMMUNICATIONS AND HUMAN RIGHTS**

---

**Соціальні комунікації  
та права людини**

**Romani Language, Linguistic Rights and «Antigypsyism»**

<p><b>Hristo Kyuchukov,</b>  <i>Doctor of Sciences in Pedagogy, Professor,</i>  <i>University of Silesia, Katowice, Poland</i>  <i>E-mail: <a href="mailto:hkyuchukov@gmail.com">hkyuchukov@gmail.com</a></i>  <a href="https://orcid.org/0000-0002-1965-8908">https://orcid.org/0000-0002-1965-8908</a>;  <i>University of Silesia in Katowice,</i>  <i>Bankowa 12, Katowice,</i>  <i>Poland, 40-007;</i>  <i>National Academy of Sciences</i>  <i>of the Republic of Kazakhstan,</i>  <i>28 Shevchenko Street, Almaty 050000,</i>  <i>Almaty, Kazakhstan</i></p>	<p><i>Citation:</i>  Kyuchukov, H. (2023). Romani Language, Linguistic Rights and «Antigypsyism». <i>Social Communications: Theory and Practice</i>, 15(1), 131–150.  <a href="https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-1-6">https://doi.org/10.51423/2524-0471-2023-15-1-6</a>  © Kyuchukov, H. (2023).    Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)</p>
--	--

**Annotation**

*The article analyses the forms of «antigypsyism» towards the use of Romani language, education of Roma children in their mother tongue and the linguistic human rights of Roma. After defining the «hate speech» and «antigypsyism», «antiziganism», «online hate» given by different authors, research with some Roma communities in Slovakia is presented. The «antigypsyism» is expressed directly or online towards Roma. The forms of personal/individual, institutionalized antigypsyism, institutionalized personal antigypsyism are discussed. Romani is in daily use mainly in the segregated Roma settlements. However, neither in the segregated nor in the special schools are the children offered lessons to build formal literacy in their mother tongue. The attitudes of the teachers towards the use of the Romani language at school are often not positive and they do not have any activities supporting the use and development of Romani. They do not recognize that such children have a right to acquire literacy in their home language. It is not viewed as an asset but precisely the opposite: the teachers think that they do not need their mother tongue and that the official school language is more important.*

*The official languages used by the children are also an object of hate speech in social media and society, because often they use a variety of the official language called «ethnolect», and not the official language. Applying the insights of Auduc (2006), I concluded that the discrimination against young Roma is even stronger when they are highly qualified. The antigypsyism is much greater towards educated Roma who are fighting for their language and identity rights. That is because in their countries of origin this category of human capital, e.g. educated Roma, cannot be integrated, and most of them emigrate to West European countries to find their professional realization.*

**Keywords:** *Roma, linguistic human rights, education, antigypsyism*

**Introduction**

The collapse of communism in Central and East European countries in the 1990s led to new changes to all societies. Everyone experienced new forms of freedom, however the Roma communities were the ones who benefited most from the democratic changes regarding their language, identity and cultural development.

In 1990, the IV Congress of the International Romani Union took place not far from Warsaw, Poland and that is well known among linguists and Roma activists connected with the development of the «Standard Romani Alphabet» devised by Marcel Courthiade. It was a new beginning for many Roma communities in Central and East European countries. However the alphabet of Courthiade did not garner much popular support. It is used only in France, where he was working at INALCO-Paris, Romania and Kosovo. In Bulgaria, Romania and Czechoslovakia in the first years after the fall of the Berlin wall, Romani language was introduced in schools and all the countries created their own alphabets for writing Romani. In all European countries the alphabet was with Latin orthography, but in Russia the Roma activist and scholars use the Cyrillic alphabet for writing Romani. In many countries the appellation «Gypsy» officially was replaced by the term «Roma» in public discourse. The first publications (textbooks, poetry books, novels, newspapers) in Romani language were introduced. In some countries the first Romani radio and TV programs were established.

In Bulgaria Romani language education was introduced in 1992, first in a few schools experimentally and later throughout the country from grade 1 till grade 8. A lot of schoolbooks and children's non-fiction books were published (Kyuchukov et al. 1993, Kjučukov, 1997)). After the first variety of Romani alphabet by Courthiade, a second variety was modified and nowadays has become the most popular alphabet for Romani in Europe: the one created in 2000 by Hristo Kyuchukov and Ian Hancock (both are linguists with a Romani background).

*Table 1. The Romani alphabet was created by Hristo Kyuchukov and Jan Genkok in 2000.*

Letters	Pronunciation
A, a	a
B, b	be
C, c	tse
Č, č	ch
Čh, čh	ch with aspiration
D, d	de
Dž, dž	dzh
E, e	e
F, f	ef
G, g	ge
H, h	ha
X, x	retroflexiv h
I, i	i
J, j	jot for palatalisation
K, k	Ka
Kh, kh	k with aspiration
L, l	el

M, m	em
N, n	en
O, o	o
P, p	pe
Ph, ph	p with aspiration
R, r	er
S, s	es
Š, š	sh
T, t	te
Th, th	t with aspiration
U, u	u
V, v	ve
Y, y	central vowel ə
Z, z	ze
Ž, ž	zh

At the beginning of the democratic changes, all these activities were led by Roma activists. The euphoria among Roma and the belief that they are free to develop their future were very much supported by American and West European non-governmental organizations. In the 1990s, the Roma NGOs in all countries were developing and becoming an influential factor. With the support of West European NGOs, they gained power in helping to formulate governmental policies, strategic plans, actions. The Roma NGOs were in a position to initiate and shape forms of civil society among the Roma communities and to fight against different forms of racism and discrimination. However, this was just the first decade. After 2000 and particularly after 2005, when some of the Central and East European countries became members of the EU, the situation changed drastically toward the negative for Roma communities: nationalistic parties with views against Roma were established; skinhead attacks increased, the first neo-Nazi parties entered the national parliaments and the European Parliament, and some openly anti-Roma governments were elected. All these phenomena influenced the situation of Roma, their language use, and their human, linguistic and educational rights.

In this paper I endeavor to show how the «antigypsyism» gaining traction in East European countries has increased against the use of the Roma language and Roma identity, and how the educational and linguistic human rights of Roma in some European countries are being violated.

### **Roma and the Romani language in Europe**

The total number of Roma in Europe is estimated at between 10-12 million inhabitants (European Commission, 2020). Approximately 6 million are citizens of EU countries. The Roma do not have their own country. They migrated to Europe 10 centuries ago from India. Over the centuries, they have spread to all corners of the world and today Roma live not only in Europe but also in the USA and Canada, Latin America, and Australia. The Roma speak Romani, which has historical roots in northern Indian languages. From an early age, Roma children learn to speak

Romani and at the same time learn the official language of the country in which they live. They are bilingual and, in most cases even multilingual. Very often they speak another Roma dialect and another minority language. Unfortunately, the bilingualism/multilingualism of Roma is not seen as a positive thing, it is even considered that speaking Romani as a mother tongue, prevents Roma children from integrating into majority society (Rushton, Cvorovic, & Bonn, 2007; Bakalar, 2004). Visiting schools and kindergartens with Roma children in Germany I often witness comments by teachers or children of other ethnic communities towards Roma children, noting that they are not allowed to speak their mother tongue at school, «because here is Germany!»

Unfortunately, Roma children still do not get enough support to strengthen their Romani language and their Roma identity in many European countries. The forms of «antigypsyism» concerning Romani language and its use are increasing. There are now ever more cases when Romani is forbidden and all kinds of negative prejudicial comments towards Romani are taken as something normal. Jean-Louis Auduc (2006) writes that «schools must be places of understanding, of knowledge of other cultures, especially to bring their pupils to understand the part each culture occupies in the whole». Further, Auduc notes that «it is important to understand that there are no «small» racist or anti-Semitic acts». Every racist act is a crime, and every statement is, and must be, punishable. And any generalization aiming at blaming an ethnic or religious group for the behavior and attitudes of few others in that group is racism. In French society, Auduc points out, discrimination against young immigrants is even stronger when they have some qualification. The first generation of qualified immigrants coming into the employment market has found that despite their efforts to achieve integration, discrimination towards them remains. The unemployment rate for these qualified young people is three times higher than the national average.

In many European countries, Roma children are taught in segregated or special schools. Segregated schools were established after World War II in Roma neighborhoods and were set up solely for Roma children (Kyuchukov, 2006). No other children are taught in them. Unfortunately, the quality of education in these schools is very low. Special schools were established in the 1960s-1970s. Children with mental and physical handicaps are mostly taught in them. However, in many countries it is mainly Roma children who are sent to special schools because they do not know the official language of the country well. In some European countries, Roma children are psychologically tested by psychologists in the official language of the country. And if the children do not understand the language and the tasks given to them, the children are considered to have mental problems, supposed ‘disabilities’ in learning and are referred to special schools. Lack of knowledge of the official language, making mistakes when speaking the official language of a country, is considered by psychologists who test Roma children with special tests as «mental retardation». In special schools, the quality of education is low and children graduating from those schools cannot study at secondary school or university. In most cases, segregated and special schools are 100% Roma-only and there are no Roma teachers in these schools and the children do not learn their mother tongue and culture there.

### **«Hate speech» and «Antigypsyism»**

It is useful here to start by defining the notion «hate speech», invented in the era of the Third Reich in Germany and known as LTI (Lingua Tertii Imperii) – the Language of the Third Reich (Klemperer, 2007). «Hate speech» is a term for speech intended to degrade, intimidate, or incite violence or prejudicial action against a person or a group of people based on their race, gender, age, ethnicity, nationality, religion, sexual orientation, gender identity, disability, language ability, ideology, social class, occupation, appearance (height, weight, hair color, etc.), mental capacity, and any other distinction that might be considered by some as a liability. One could also say that hate

speech against Romani people is in fact a serious form of «antigypsyism» which prepares the ground for further prejudice and violence against Romani people.

Glassman (1999) analyzes expressions (words and phrases) in Hungarian which present the forms of hate speech towards Roma in a pejorative way such as *ciganisag* (Gypsy way of life), *cyganyputri* (hovel, shanty) *ciganikepű* (swarthy) *ciganyelet* (wandering life), *ciganykodik* (to flatter, to haggle, to beg) and *ciganyutra mert* (the food went down the wrong way). In Bulgaria the phrase *ciganska rabota* («Gypsy work») is very popular when something is not done well or when someone wants to show a negative attitude toward something. Another example is *ciganiya* (Gypsiness) when something is wrong or not well done, or it is deprecated as being sloppy, somehow inferior.

Hate speech against Roma is a form of «antigypsyism» and the integration efforts of Roma should be context-specific rather than pan-national (Kende et al., 2020). These authors stress:

*«...anti-Gypsyism stems from the same psychological motivations as other forms of prejudice. Therefore, most studies acknowledge the importance of general tendencies towards prejudice in explaining anti-Gypsyism, such as authoritarianism, social dominance orientation, and nationalism. Beyond the general tendencies, there is an agreement that anti-Gypsyism contains negative stereotypes about criminality and laziness and depicts the Roma as an incompetent and cold outgroup within the framework of the stereotype content model» (Kende et al., 2020:3).*

The authors examine three hypotheses, among which is cultural differences, and in a study in six European countries they found that only in Spain does the majority not have negative attitudes towards the cultural differences attributed to Roma. In the other five countries in Eastern, Central and Western Europe examined in the study. the majority societies show negative attitudes towards Roma culture. The Romani language as part of the Roma culture is also regarded as something negative.

Together with the term «antigypsyism» in the scientific literature. the parallel term «antiziganism» is also used. According to Cambini and Fabeni (2017):

*«antiziganism can be understood as a specific form of racism which underlies both the ideologies of racial superiority and the processes of de-humanization. It can also be seen in the forms of structural and institutional discrimination against Gypsy otherness. All these processes are based on stereotyping and prejudice, with their historical roots in Europe. It affects those who call themselves Roma and Sinti and other groups who are constructed locally as Gypsies.» (p. 100)*

As can be seen, the authors above define the «antigypsyism»/«antiziganism» with reference to the same core characteristics: it is a racist act, there is a negative attitude towards the people, their language and their culture, it reflects xenophobic racial superiority.

In a study done during the pandemic crisis, Cortes (2021) analyses in some depth

*«how antigypsyist hate speech operated as a symbolic mechanism of racial discrimination in the context of the COVID-19 crisis. The Roma were portrayed as diverging from common norms and were presented as a social threat to public health.[...] The common denominator of antigypsyist hate speech was the presumption of fundamental moral differences between 'them' and 'us' (bad and good citizens); which symbolically (re)activated inherited group divisions among Roma and non-Roma: those who follow the rules and those who break the rules; those who deserve state protection and those who*

*deserve being prosecuted by the state; those who deserve social solidarity and those who deserve social exclusion; those who deserve democratic justice and those who deserve popular justice. In the act of 'othering', the function of the analyzed discourses was to establish the 'otherness' of the Roma, labeled as 'Gypsies', to evoke a moral division on the basis of ethnicity» (p. 8).*

Hate speech and «antigypsyism» are expressed everywhere in life: on the street, in public places, in social media. Pasta (2023), for example, studied hate speech on Twitter and he found that there is something called «online hate». And if one looks at the forms of «online hate», it can be established that a significant segment of such hate is against Roma, and the reason could be their lifestyle, their behavior, their language, and their culture. «Hate speech» is the first stage of «antigypsyism». Antigypsyism is a more complex form of racism towards Roma. It is not just a hate. And in contemporary societies, expressing hate towards the Roma verbally or online has become a kind of norm. In most cases such statements are deemed acceptable and almost everyone takes it as «but this is the truth, they (Roma) are like that». Such anti-Roma xenophobia is also fueled by how Roma are treated by the authorities in many European countries, including the police and justice systems, which impacts on public opinion, shaping pointedly negative narratives about Roma (Rorke 2022a; 2022b).

## Methods

The main data collection part of the research was conducted between 2021 and 2022. All the subjects included in the research were informed about the goals and purposes of the study and they knew about my intention to publish the results in a scientific journal.

The research method used in the research was semi-structured interviews, specifically, semi-structured interviews with open questions. The total number of subjects involved in the study is 40 (between 20-60 years old). All of them live in the area of central Slovakia, most in Banska Bystrica County. According to database of Roma communities in the Slovak Republic, all of these families belong to so-called *Rumungri*, a Slovak Roma sub-ethnic group, constituting the most numerous Roma group in Slovakia. The data collection was done partly by the author of the paper and partly by a Ph.D. student, who was familiar with the community.

To analyze the data, the Qualitative Content Analysis and especially the Inductive category development was used, which consists of:

- a) the research question,
- b) the determination of category and levels of abstraction,
- c) the development of inductive categories from material,
- d) the revision of categories,
- e) the final working through text,
- f) the interpretation of results (Cho and Lee, 2014)

The research question I try to answer with this study is:

***What are the forms of «antigypsyism» towards Roma in Slovak society?***

Qualitative content analysis is frequently employed to answer questions such as what, why and how, and the common patterns in the data are searched for by using a consistent set of codes to organize text with similar content. Together with that, an ethnographic method for observations among Roma was used, as described by Silverman (2020).

Based on the content analysis of the conducted interviews, I was able to identify three categories of statements pointing to the subjective degree of marginalization of the respondents in all localities. They are:



1. Objective factors of marginalization: These are mainly factors of an economic and social nature. Here we primarily include the possibility of employment in the given region, village/city, or its immediate surroundings due to the level of education and professional competence of the respondents. Another of the factors within this category, which the respondents mentioned quite often, was the current setting of the state's social policy, or its impact on the respondents' quality of life.

2. Relationship with competent authorities: I define this category as the approach of competent authorities (primarily state and local government authorities) as well as other institutions to the main and long-term problems within the individual investigated marginalized Roma communities and their willingness to solve these problems or participate in their solution.

3. Relationship with the majority: This represents the level of relationships between members of individual marginalized Roma communities and members of the majority in a given locality. In this category, we include the respondents' statements regarding their perceived degree of acceptance or rejection by the majority, as well as the possibility of participating in cultural and social life in the given locality.

The results will be presented by groups, depending on the degree of segregation/integration:

Target Group 1 (City/Segregated).

Target Group 2 (Village/Segregated).

Target Group 3 (City/Integrated).

Target Group 4 (Village/Integrated).

## Results

Presented here are the results based on the type of settlement of the target groups:

### **Target Group 1 (City/Segregated)**

#### *1. Objective factors of marginalization.*

In their statements, the participants pointed to the acute lack of job opportunities in the given location, as well as within the entire region. At the same time, however, they expressed their willingness, or the desire to be employed, if such an opportunity were offered to them.

*«There are no robots here, what can I tell you... of us who live here, let ten people work, even by agreement. And we, who are in the civil patrol, but otherwise nothing!»*

The participants also repeatedly pointed out the high level of ethnic discrimination on the part of potential employers towards them.

*«Don't believe that we don't want to do it, that's stupid! Everyone wants to do better, to be better... Look here, how it looks here... Nobody wants to live like this, believe me! But I will tell you that no one will hire a gypsy here, and we can go and ask as much as we want!»*

However, a significant segment of the participants also expressed their disagreement with the current state social policy in this regard, which is very well illustrated by the following statement.

*«... but even if I could get a job, it would most likely only be for the minimum wage. And with the fact that we will then lose all the benefits that we receive as a family in financial need. And when you calculate it, in the end we would have a lower monthly income than we have now, and I would still have to go to work every day. Would you do something like that to your children?!»*

#### *2. Relationship with competent authorities.*

Within this category, the participants reported the highest level of perceived marginalization and discrimination. They most often pointed to the long-term reluctance of the relevant city authorities to solve their poor social situation, or participate in its solution.

*«Not long ago, through the civic association, we submitted several projects from European funds to the city. For landscaping, road repair and the like. No one even addressed it! No one even came to ask us anything, no one consulted with us, nor did they bother to give us an explanation as to why they were rejected!»*

The participants cited their long-term negative relationship with the local municipality as an extremely serious problem associated with the feeling of discrimination.

*«You see, we heat here with wood. And we have to look for him everywhere - around here. And do you know why? Because when we come to the forester to issue us a permit to collect waste wood, ... waste wood, not lumber, but branches and pine needles, normally as it is, up to 8 cm in diameter! And we never wanted it for free, normally we would pay for it! ... so you know what happened to us several times already? That he normally told us that he would rather let the wood rot in the forest than sell it to us! So what are we supposed to do then, freeze?!»*

### *3. Relationship with the majority.*

In short, the findings indicate that the participants perceived the attitude of the majority in the given locality towards them as significantly negative, even hostile, which is partially indicated by the statements given in the previous two categories. However, most of them refused to express themselves in more detail directly in this area, and therefore the assessment of this category largely represents our personal impression, which we acquired based on the context of previous statements, as well as on the basis of several informal conversations conducted outside the scope of our research. However, as an example, we can cite at least one direct statement that well illustrates the state of affairs.

*«You know, they don't like us here! For some, we are slowly not even human anymore!»*

### **Target Group 2 (Village/Segregated)**

#### *1. Objective factors of marginalization.*

The participants pointed to the lack of job opportunities in the village and its immediate surroundings as the only significant negative within this category, and the associated low income and insufficient quality of life, which also represents the most significant factor of subjectively perceived marginalization in their case. On the other hand, in most cases, they stated that this fact is one of two serious shortcomings regarding the quality of life in the village or settlement, and if the situation were to improve in this direction, their satisfaction with life in the village would visibly increase.

*«I personally miss work because I cannot provide good living conditions for my family. I wish there were more opportunities for employment in the village».*

*«I would be happy if my husband could get a job right here in the village!».*

*«It's not like there's no work here at all! There are people who are normally employed, but it must be said that there are not many of them. Among them, there are also those who do it for a living and start a business, my friend for example, and he is really smart, he is doing quite well... But the truth is that most people here are unemployed. If they sometimes do something for a short time, it is occasional work».*

#### *2. Relationship with competent authorities.*

It cannot be said that the addressed participants perceive the attitude of the local self-government/municipality bodies towards the solution of their most acute problems significantly negatively. Their statements falling into this category were rather in the form of wishes, or requirements, rather than clearly formulated reservations or complaints, and generally touched two areas. They are an increase in employment, or mediation of job opportunities and the requirement of construction of additional social apartments connected with the expansion of utility networks and

the reconstruction of access communication, where the current state represents the second serious deficiency in terms of the quality of life in the given locality. As an example, we present the following statements.

*«I would prefer if the municipality would provide us with work, because you can't make a living from that little. I am not currently employed, but last year I ran a business until September and now I am registered at the labor office. My income is roughly three hundred Euros, and that's not enough».*

*«No, I'm not satisfied because the municipality can't provide me with a job. I'm a master of masonry work, I have 25 years of experience!».*

*«I am not satisfied with my housing, as I said, we are two families in five rooms, and I would prefer the municipality to start building social apartments».*

Several participants evaluated the establishment of a community center and the work of a social worker as positive facts. Most of them commented on this topic in the sense that although they positively perceive a certain effort of the municipality to participate in the solution of the most serious problem areas, especially in recent years, this effort is still not at the required level. However, from the survey, the findings of which I refer to in the description, it also follows that several residents of the settlement perceive the current situation in the area as unsatisfactory, but still relatively good, when compared to the surrounding municipalities, or settlements.

*«Yes, I'm satisfied, because I know villages that are much worse than ours!».*

### *3. Relationship with the majority.*

Considering the relations with the majority, the participants in most cases expressed that there are usually no open conflicts between them, i.e. the residents of the Roma settlement, and the majority, non-Roma population. You could say that there is a certain mutual respect here. On the other hand, none of the interviewees described the current situation as positive or at least unproblematic. Based on their statements, we can define the current situation as a state of latent tension, which manifests itself in hidden forms of discrimination and rejection within «the limits of the law». As an example, I present the following statements.

*«It's not like we hate each other outright... that we (Roma) are forbidden to enter the pub or anywhere else in the village. But then again, look around! Where do you see white people sitting at the same table with a Gypsy?! Yes, we say hello, and so on, ..., but that's it! Few people here are friends with us to the extent that they would consider us equals!».*

*«You know what, I don't feel like it's going to be really smooth for us! On the one hand, no one here dares anything big on us, no one insults or attacks us, no! But they make us feel that we are not equal, that they simply do not accept us! Of course, there are exceptions, but they are really few... we are simply Gypsies for them! And even if they don't openly show it to us, you can simply see and feel it in everyday, common things! And I don't like it at all, because we don't do anything bad to anyone, ... we don't start fights in the village, we don't steal, or anything like that. We are decent people and we try to live decently. And yet I feel like they're letting us know that we're not one of them!».*

### **Target Group 3 (City/Integrated)**

#### *1. Objective factors of marginalization.*

In this case too, the objective factors of marginalization manifest themselves primarily in the level of high unemployment and lack of job opportunities. The district in which the city is located ranks among the regions with the long-term highest unemployment rate in Slovakia, which affects all its residents, including the Roma living in the district city. In terms of professional education and work experience, a large part of the local population was narrowly oriented to the needs of a specific industry, which for decades represented the main source of income and employment within

the region and was its most important economic sector. After its liquidation in the past ten years, a large part of people ended up in the position of long-term unemployed persons, while this situation continues to this day. This primarily concerns former employees with lower professional qualifications, while this group is largely represented by local Roma. They are currently forced to look for employment outside the district, in many cases several tens of kilometers from their place of residence, which, however, is extremely time-consuming and especially financially demanding. Another alternative is work abroad, which is well-paid financially, given the local conditions, but is not very popular as a long-term solution. As a rule, it represents only a temporary way out of acute financial distress.

*«Yes, I was also abroad for a year, in Ireland... It wasn't bad there, I earned quite decent money! But I had two children at home that my mother took care of, and I missed my family terribly. That's why I went back and didn't go there more than once, and I wouldn't go again. Because it's not worth the money! For me, my children and family are the most important! I told myself that we would rather live modestly, but we will be together!».*

*«My husband also works outside. I am at home, taking care of the children. Financially, it's pretty good, he sends home money, but I miss him, and so do the kids. Sometimes we don't see each other for half a year, and then he comes for two or three weeks, and then he goes away... and it's not like that either! I would like to have it at home, even for less money. But what will you do when there is no work at all?!».*

### *2. Relationship with competent authorities.*

In the statements regarding the relationship with the competent authorities, the addressed participants generally spoke positively or neutrally about the local self-government authorities. Several positively perceive the current activities of the city office aimed at improving the living standards of socially disadvantaged groups of citizens, and thus also a large part of the local Roma, such as the field social work program, the establishment of a maternity center, services related to social and legal counseling, etc. There is inaction, or the reluctance of the state to solve the current bad situation regarding employment in the region.

*«It's nothing to do with the robot! The few hours of occasional work that the city can offer us is not a real job. Mainly because factories are decaying all around. The ovens were shut down not too long ago, so no one works there anymore. But before the elections, everyone talks a lot about how the state will invest in it, start production, employ people... And never anything! I don't even believe that anymore. And I doubt it will get any better anytime soon!».*

### *3. Relationship with the majority.*

All participants described their relationship with members of the majority population as problem-free, or positive. As they stated, they do not feel discriminated against on the basis of their ethnicity in any way. Also on the basis of our observation, we can state that there are no visible barriers or manifestations of discrimination between the majority and the local Roma in everyday contact. On the other hand, they also mentioned several cases when they were the target of a verbal attack or a certain discrimination, but this never happened in their place of residence or its surroundings, but in neighboring villages, respectively. cities.

*«... but otherwise it's quite possible here, except for the job. It's a peaceful life here, albeit rather boring. But we understand each other here. Everyone knows everyone, we don't have any conflicts with each other».*

*«Well, it happened to me, also last time, that a girl started digging into me at a party. But of course it wasn't here. There are decent people here, they know us, they know we are normal, and they treat us normally, as equals. We don't have such problems that the whites have problems with*

*us, the Gypsies, or we with them. If something sometimes happens here, it is related to the fact that some junkies make a mess here».*

#### **Target Group 4 (Village/Integrated)**

##### *1. Objective factors of marginalization.*

In terms of objective factors of marginalization, the participants mentioned, as in other cases, a high rate of unemployment and an insufficient number of job opportunities. Despite this, I can evaluate the situation in this locality within this category as the best among all those examined. Most of the employed residents of the village commute to work in the district town, 12 km away, many work as part of occasional work in the village, during the summer months they use the possibility of seasonal agricultural work in the village, or its immediate surroundings. This fact is also reflected in the quality of life of local residents, which in certain cases does not reach the standard level, but on the other hand, it cannot be said that it is on the border of poverty. In addition, several families have one or more family members working abroad, usually men, and in this way they can cover household expenses without serious problems. I can therefore state that as far as the objective factors of marginalization are concerned, they are not significantly present in the case of the participants from this village, at least in terms of comparison with the other investigated localities. The high rate of unemployment combined with low wages is a problem for the entire region, and not just for the local Roma.

*«Well, I'll tell you, it's not a win, living this life... I've been out of work for a long time, I mean without permanent employment, and that's hard. Here and there, something can be done for a few days, or even a week or two, when, for example, in the summer wood is being cut in the mountains and they need a sawyer, that's when I go. But this way it's about nothing!».*

*«For God's sake, I have a job. But it's also such a life of uncertainty... when there are no orders, the boss threatens the entire company with layoffs. Other times they force you to work weekends, overtime, and try to refuse! And we don't always get paid the way we should! But then again, I can't complain, when I compare it to the guys in the village, I earn quite well. Although I have to commute to the city every day for work, it's only a few kilometers, and I've gotten used to it. There are guys who commute 30-40 km every day».*

##### *2. Relationship with competent authorities.*

All the participants who were interviewed said that, apart from the aforementioned lack of job opportunities, life in the village is peaceful and problem-free. In the direction of the municipality and the municipal council, they did not express themselves almost at all, or only minimal, and these statements were only informative in nature, in most cases without any significant evaluation element. Since the participants do not perceive their life in the village as problematic, they do not even need to comment on the approach of the local authorities regarding cooperation on their solution. Simply put, they are able to solve almost all possible and occasional problems by themselves or in cooperation with other members of the neighborhood/municipal community. For illustration, we present the only two statements that represent this category within this research sample.

*«... you see, this too! Unused communal area, only grass grows here, just that the neighbor occasionally grazes a horse on it, that's all! It could easily have been done here a long time ago, e.g. a children's playground, or a football field or something similar. And maybe the Eurofunds could be used for that! And we would invite it ourselves, but many of us make a living from it, and it wouldn't even cost much».*

*«... then again, I can't say anything bad about the mayor! And I don't think anyone here either. I think it does well that what can be handled, it will be handled. Even two years ago, when*

*there were floods, he arranged some contributions from the state for the liquidation of the consequences. It wasn't much, but still, and I, for example, painted a picture of it!».*

The only negative comments that I recorded within this category in two cases related to the approach of employees of the Office of Labour, Social Affairs and Family in the past, when it involved mediation, or job offer.

*«... I came to the office, I gave them the whole stack of papers that I have, educational certificates, certificates, licenses and such, and do you know what they told me?! That they offer me auxiliary and excavation work for a fixed period! Like, no one should be mad at me, but I used to be a master of professional training, I was a master foreman in a company, I did technical revisions... nothing bad, but this is below my level. I didn't do all kinds of certifications and courses all my life to dig channels on my old knees! It's like when they see a Gypsy, they automatically give him a shovel?! Because they are convinced that a Gypsy is a fool! And you can also show them your university diploma...».*

### *3. Relationship with the majority.*

All respondents consider the relationship with the majority to be unproblematic, even accommodating. When asked about the positive aspects of life in the given village, several said that it is the level of relations with the non-Roma population that they greatly appreciate. In this respect, they do not feel any degree of discrimination, and therefore I cannot even speak of any marginalization here. Since I have been visiting this location regularly for several years, I can confirm their statements based on my own experience. Members of the majority population of the village also express themselves in a similar spirit about living together with the local Roma.

*«It's very good here, but you can see it yourself! There have never been any quarrels or quarrels over this. If people sometimes have fun here, it is always with Gypsies from the surrounding villages who come here to have fun. I can't complain! And what else could we shout at each other?! Here, everyone is a little Slovak, a little Hungarian and a little Gypsy».*

*«... that something like that would happen here at all! Our children normally go to school together and play together after school. It is also normal here for whites and Gypsies to marry or date each other. It doesn't happen often, but it doesn't seem strange to anyone here».*

*«...we all help each other here as much as possible. And there are also quite poor Gypsies, a few families, but they are all normal, clever people, and no one here judges them for that, in what conditions they live».*

Based on the descriptions of the mentioned three categories within each target group, we compiled a simple overview matrix of the subjective degree of marginalization. For each of the categories, I determined three levels of evaluation. The dash – indicates a high subjective degree of marginalization. The 0 indicates the presence of a certain degree of marginalization, the effects of which, however, are not perceived by the respondents as particularly serious or threatening. The + sign indicates the absence of subjectively perceived marginalization in the given category. By summing up the values of all three categories, the resulting score was obtained, which represents an indicative indicator of the subjective degree of marginalization for each target group. This score ranges from -3 to +3, with the value -3 representing a high subjective degree of marginalization, its opposite, the value +3 representing the absence of a subjective degree of marginalization for the given target group. I note that the score assigned to each of the target groups does not, due to the method used for analysis of data obtained through interviews, have the character of quantitative but rather qualitative data.

Based on the established facts reflected in the structure of the matrix, I can therefore conclude that in the category «Objective factors of marginalization», a subjective degree of marginalization was recorded in the case of all four-target groups, and within this category, there are no significant differences between them. This fact is understandable and simply explained by the fact that, in the case of all target groups, these were localities located in regions with a high unemployment rate. Lack of jobs, or long-term unemployment was the most frequently cited form of marginalization by the participants. I find a similar state of identical results in the case of the «Relationship with competent authorities» category. The exception in this regard is represented by target group 1 (City/Segregated), where a high subjective degree of marginalization was recorded, compared to a lower subjective degree of marginalization in the case of the remaining three target groups. However, the most interesting in terms of differences are the results obtained within the third category «Relationship with the majority», where we identified significant differences. When interpreting these differences with respect to the basic data presented in the description, it is obvious that in localities that are defined as segregated in terms of settlement characteristics, I have noted a high subjective degree of marginalization in this regard. On the contrary, in localities defined as integrated or scattered, participants did not report any form of discrimination or any negative evaluations, and in this respect, they do not feel marginalized at all. The same is the case with the resulting score of individual target groups, where a significantly higher subjective degree of marginalization was found in segregated localities than in localities with integrated/dispersed settlements.

However, as already mentioned above, the individual scores indicating the subjective degree of marginalization do not represent quantitative data and their main purpose is to provide simplified information about the state of affairs in relation to the investigated area within the three identified categories. On the basis of these results, we therefore do not want to state a definite conclusion that there is a connection between the structure of the settlement, or the degree of segregation/integration of Roma communities and the subjective degree of marginalization of their members. On the other hand, however, I can largely assume such a connection, both on the basis of the results of our partial research and on the basis of the knowledge of other experts in the given field. Together with the descriptive data on localities, which refer to individual target groups and point to objective elements of marginalization in their case I therefore interpret this assumption as an argument that the characteristics of the settlement in the sense of segregated vs. integrated/dispersed represents a justified variable from the point of view of measuring the values of marginalized Roma in Slovakia, and it is therefore appropriate to relate it to the goal of our research.

From all the interviews and conversation, observations with the subjects involved in the study, the following forms of «antigypsyism» were identified:

- personal/individual antigypsyism – when someone has negative or racist attitudes towards a Roma person;
- institutionalized antigypsyism – when an institution engages in open racist comments or takes actions which damage Roma;
- institutionalized personal antigypsyism – when a racist person has the position and the power in an institution and presents his/her racist feelings on behalf of the institution.

#### *Personal/individual antigypsyism*

Negative expressions for and comments towards Roma and Romani language in a public place can be defined as personal/individual antigypsyism. One such example I observed is from a school in Berlin with numerous Roma children who are migrant newcomers from Romania, as well

as many children in the school from other ethnic groups. One day during the break in the schoolyard a Romanian Roma girl who was speaking Romani with other children was bullied and called «*schmutzige Zigeunerin*» («dirty Gypsy») by another student. The teacher out in the schoolyard as supervisor heard that but failed to react. The girl does react but does not have support from any of the other children. The Roma mediator who is on duty there intervenes, taking part in the conflict and tries to protect the Roma girl, although this is not her specific duty. It is obvious that the teachers with a passive behavior show the same attitude, although it is forbidden to tolerate any forms of racism and discrimination at the school. It seems they share the same feelings towards Roma children speaking their mother tongue if they do not take action to stop all forms of such racist comments and abuse.

### *Institutionalized antigypsyism*

A perfect example of institutionalized antigypsyism worth noting has been observed in Slovakia and the Czech Republic. The Ministry of Education of Slovakia has a testing process for all children entering primary school. However, the testing is done solely in the Slovak language. Most of the Roma children who do not attend kindergarten or preschool do not know Slovak and consequently they cannot pass the test in Slovak. Because of this the Roma children are very often labeled as «mentally retarded» and then placed in «special schools». Experts estimate that 70 percent of the Roma children in Slovakia are in such «special schools». At the same time the Ministry of Education and the Research Institute of Child Psychology and Pathopsychology in Bratislava refuse to do any testing in Romani language, because, as is formally asserted, «they do not have a real language and they speak different dialects». Instead of that the Institute of Child Psychology received financial support to develop a new test – only for Roma and with lower standards. In the opinion of the two key institutions involved, the Ministry of Education of the Slovak Republic and the Research Institute of Child Psychology and Pathopsychology, Romani is not a good language for testing Roma children.

### *Institutionalized personal antigypsyism*

As already mentioned, institutionalized personal antigypsyism is when someone who is a racist has a position in an institution and misuses their position of authority to express his/her negative attitudes towards a person or a group of people.

We can under this rubric take two examples from large European cities, one in France and the other one in Slovakia, which have become well known among a broader public as notorious expressions of anti-Roma xenophobia. A French mayor visiting a Roma community in the surrounding of the town and having some argument with them is quoted as having stated the following: «Hitler did not finish his job» (Taz.de [20.07.2013]). The Slovak mayor wrote more or less the same in a Facebook posting that he authored, observing that it was good that so many Jewish people were killed in the WW II, but the same should happen to the Gypsies as well [!].

In 2022 there was another scandal much covered in the press involving the UK comedian Jimmy Carr, who in a Christmas show in Netflix said that the Roma Holocaust was something 'positive'. Although there were many protests, he failed to apologize to the Roma communities in Europe which he had so horribly insulted. However, it is certain he would not dare to say the same thing about the Jewish Holocaust, jokingly making light of genocide (Walker and Waterson, 2022).

Another exemplum reflects the attitude of the Dean of a faculty at a university in Slovakia. That faculty includes a program for Romani language and culture, yet Roma students were not being accepted to study there, because according to the Dean: «The Gypsies always create problems! I do not want so many Gypsies here» (Kyuchukov, & Balvin, 2013: 203).



Similar examples exist in Bulgaria. The National Agency for Accreditation of University Programs closed down the only existing university program «Romani language and primary school education». The reason for closing the programs was that the Chair of the Pedagogy section declared that there is «no such a thing as a Romani language» and that the Roma children do not need mother tongue education (Kyuchukov and Balvin, 2013: 201).

By marked contrast, the Bulgarian Ministry of Education allows the study of Turkish, Armenian and Modern Hebrew in schools as part of curriculum, but not Romani.

### *Romani, education, antigypsyism*

For a long time, Roma have been facing and grappling with mostly negative stereotypes and ethnic prejudices. All prejudices and stereotypes are in fact in some relationship with a concept of so-called typical or traditional Roma culture, which includes also a concept of traditional Roma values. This concept is mainly based on the knowledge of disciplines like ethnology, cultural anthropology, ethnomusicology etc. And even if these are able to describe some aspects of this issue, the biggest defect of such an approach is that its applicability in contemporary situations is at least highly questionable. Several authors (Davidová, 1995; Hirt, 2004; Budil 2005) claim that due to historical events of the last century, assimilation policies during the socialist era, significant socioeconomic changes during last twenty years and many other factors, it is no longer accurate and scientific to speak about traditional Roma culture and typical Roma values, not only in Slovakia but in all countries in Central Europe. Traditional Roma culture has almost disappeared or there are only some parts of it still being preserved, but even these in considerably modified versions and only in enclosed areas, mainly in segregated Roma communities in Eastern Slovakia. Constituting some exception in this regard, the Vlahike Roma retain elements of a traditional culture that still comprise essential parts of their lives and society. But in general, the concept of traditional Roma culture and typical Roma values is becoming a baseless argument for supposedly «explaining» and often in effect condoning anti-Roma hate speech in society.

One of the often-articulated public opinions is that education, and mainly institutional education, does not have a high priority and importance in the value structure of Roma families in general or when compared with the value structure of the majority. This point of view can be seen also particularly as an ethnic stereotype based on the concept mentioned. The stereotypes prevalent in many countries regarding education as a value among Roma are tapped and used speculatively for justifying and condoning hate speech or antigypsyist expressions and actions in the majority society. Children often learn these in their families from their parents.

Since the research I have developed was established on a qualitative level, I have not used any quantitative indicators for measuring the rate or importance of education as a value in the daily life of Roma families and Roma parents. I chose this qualitative approach to the topic because of some specific conditions and circumstances connected with the target group. In many instances, the reasons for higher school dropout rate of Roma children are pragmatic and do not refer to the fact that education as a value would have a low importance in the life of their families. As an example, I can mention incidents of families living in more or less segregated communities. For the children it is sometimes simply impossible to go to school, mostly in winter, their school is located in a village (5–6 km. away from the settlement) and the children have to go there on foot, a long walk by walking. This is one empirical example of the factors of school dropout among Roma children, however this does not mean that education is not a value in the life of the children.

In general, I can say that education as a value has great importance in the value system of Roma families. But of course, there are some differences between several types of Roma families, mainly in connection with the rate of integration/segregation and the type of environment where they live. Radicova (2002) claims that main factor determining the differentiation of Roma

population is the degree of segregation and concentration of Roma and that this degree of segregation represents a significant factor of social stratification inside the Roma population. My findings are in accordance with this claim. Comparing several types of Roma families based on criteria mentioned above, I wish to stress that education as a value has the highest position in Roma families who live integrated in the environment of the majority. One key reason for this is their higher degree of integration. Living in a largely non-Roma environment, these families are more assimilated regarding their life strategies, which are naturally firmly linked with values and value orientations. In addition, it is obvious that education is in modern society becoming an increasingly important value for the further development and career of an individual, particularly nowadays in our more technologized urbanized society. Almost all children coming from these families study in secondary school or they have already graduated from, some continue at university. A significant factor I have recognized in empirical work in the field among Roma is also the educational attainment of parents. Parents with a higher educational attainment rate the value of education higher than those with a lower one, and not only by Roma, but in general across society. It is statistically proven that the educational attainment of Roma families living integrated in towns and villages amongst the majority is significantly higher than those ones who live in more or less segregated Roma communities.

By contrast, education as a value has in the past, and likewise in some instances in the present, been of a lower degree of importance among Roma families living in segregated communities. But it would be at least naïve to interpret this fact as a characteristic mark of traditional Roma culture or a typical Roma value system and to claim that the culture of major society has in this way a «positive» impact on Roma who live integrated. I would argue that the understanding of this could be found again in life strategies of several types of Roma families. While Roma living integrated among the majoritarian society are forced to behave more individualistic, the situation of Roma living in segregated communities is quite different. A higher poverty rate, lack of social interaction, social exclusion, etc. naturally lead to stronger collective behavior by members of such communities. In these conditions and environments, the most important are values related to collective shared life strategies such as mutual assistance, support, collaboration in local neighborhoods, social cohesion, conformity, etc. It is not that education as such in very concrete ways does not represent any value in the life of Roma families living in a social ecology of segregated, more marginalized communities, as is often declared by some, it is only somewhat less important. Another reason for this fact is that many of these families are very pessimistic about education as a resource, which could significantly improve the life of their children and open up brighter perspectives and possibilities for them. All of these parents have repeated experiences with latent racism, and they simply do not believe that a Rom man or woman, even well-educated, could reach a significantly higher social status in the majoritarian society or be considered as a person equal in capacity, ability and basic rights to a non-Roma. Significant in this context is also the fact that many Roma families, mostly those in segregated and thus peripheralized communities, perceive the school and its institutional education system as another locus of discrimination; for that reason, in some instances education takes on a negative value for them. However, it is important to realize that such an attitude is not directed in principle towards education as a value itself, but against the way, this education is brought to their children, permeated at times with negative attitudes also on the part of teachers.

Romani is in daily often-regular use mainly in the segregated Roma settlements. However, neither in the segregated nor in the special schools is the children offered lessons to build formal literacy in their mother tongue. The attitudes of the teachers towards the use of the Romani language at school are often not positive and they do not have any activities supporting the use and development of Romani. They do not recognize that such children have a right to acquire literacy in their home language. It is not viewed as an asset but precisely the opposite: the teachers think that

they do not need their mother tongue and that the official school language is more important. However, the Slovak used by Roma children is often not the standard form of Slovak, but an ethnolect, a variety typically used by Roma. This linguistic fact also gives rise to and galvanizes negative attitudes toward them in society.

### Conclusion

Even if this research is to date on a comparatively small scale, it sheds useful fresh light underpinned by participant observation in an ethnographic sense on various tendencies. First, antigypsyism is expressed directly or online towards Roma. Romani language and culture are also under anti-gypsyist attack in almost all European societies. Teaching Romani as a mother tongue at school is not perceived as something culturally and pedagogically positive. In most societies in Europe the teacher's opinion is that Roma children do not need to learn their mother tongue because it is not going to help them to be integrated in the broader dominant society. Even though, as research shows (Kyuchukov, 2018), Roma children (and all children more generally) who develop stronger literacy in their home language also tend to develop better literacy in the dominant school language that is not their home language. At the same time, the ways in which the official languages are used by the children, in some ways shaped by a Roma ethnolect of Slovak, for example, are also an object of hate speech and social media abuse in the society. The main human right of the Roma children to gain knowledge about their mother tongue as basic indigenous literacy, which should be a recognized human right, is violated, even though the governments involved have formally signed different international documents guaranteeing Roma minorities education in their mother tongue together with education in the official language of the country. All the attempts of the Roma NGOs, Roma activists and intellectuals have generally been met with no concrete success. Moreover, for educated young Roma it has become ever more difficult to find jobs and to become integrated in the majoritarian societies they live in, to their detriment and despair, despite their educational achievements. As Auduc (2006) stressed, it is exactly the same case with educated Roma, even university graduates in some fields. The discrimination against young Roma is in various instances even stronger precisely when they are qualified. Local employers, for example, may be reluctant to employ them. So, the discrimination towards educated Roma may in reality be even greater than against their lesser educated compatriots, and despite their efforts to be integrated and accepted as equals, the anti-gypsyism towards them remains intact and operative. The only pragmatic way to find some exits from this situation for many such educated Roma with a range of professional skills and capabilities is to emigrate to West European countries.

*Acknowledgements. I would like to thank Dr. Štefan Kati, my Ph.D. student, for his help with data collection and with analyses of the data.*

### References

- Auduc, J.-L. (2006). Forging a common sense of belonging respecting the diversity of identities. In: *Prospects*, XXXVI, 3: 319–326.
- Bakalar, P. (2004) The IQ of Gypsies in Central Europe. *The Mankind Quarterly*, XLIV(3&4), 291–300.
- Bedrosova. M. et al. (2022). The relation between the cyberhate and cyberbullying experiences of adolescents in the Czech Republic, Poland, and Slovakia. *Computers in Human Behavior* 126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107013>.

- Budil, I. 2005. «Mexifornia» a soudobá kritika multikulturalizmu. In: Hirt, T. and Jakoubek, M. ed. *Soudobé spory o multikulturalizmus a politiku identit (antropologická perspektiva)*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., pp. 77–130.
- Cambini, S.T. & Fabeni, G.B. (2017). Antiziganism: Ethnographic Engagements in Europe. *ANUAC*, 6 (1), 99–117, DOI: 10.7340/anuac2239-625X-2927.
- Cho, J. Y., & Lee, E. (2014). Reducing Confusion about Grounded Theory and Qualitative Content Analysis: Similarities and Differences. *The Qualitative Report*, 19(32), 1–20. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2014.1028>.
- Communication (2020). *An EU framework for national Roma integration strategies up to 2020*.
- Cortés, I. (2021). Hate Speech, Symbolic Violence, and Racial Discrimination. Antigypsyism: What Responses for the Next Decade? *Social Sciences*, 10: 360. doi.org/10.3390/socsci10100360.
- Davidová, E. (1995). *Romano drom – cesty Romů 1945–1990*. Olomouc: UP.
- European Roma Rights Centre (ERRC) (2003). Segregated Education for Romani Children in Slovakia. <http://www.errc.org/article/segregated-education-for-romani-children-in-slovakia/1093>.
- Glassman, E. (1999). The otherness of Anti-Tsiganism. Unpublished M.A. Thesis. Budapest: ELTE University.
- Hirt, T. (2004). Romská etnická komunita jako politický projekt: kritická reflexe. In: Jakoubek, M. and Hirt, T. ed. *Romové: kulturologické etudy*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., pp. 72–91.
- Kende, A. et al. (2020). The last acceptable prejudice in Europe? Anti-Gypsyism as the obstacle to Roma inclusion. *Group Processes & Intergroup Relations*, 15(1), 1–23, DOI: 10.1177/1368430220907701.
- Kjučukov, X. (ed.) (1997). *Amari Romani Lumja. I kotor, romane poeme* [Our Romani World], I part, Romani poems. Sofia.
- Klemperer, V. (2007). *LTI. Notizbuch eines Philologen*. Stuttgart: Philipp Reclam.
- Kyuchukov, H. (2006). *Desegregation of Roma schools in Bulgaria*. Sofia: S.E.G.A.
- Kyuchukov, H. (2018). The mother tongue of Turkish Immigrant children in Berlin: to be or not to be? *Journal of Language and Education*, 4 (4), pp. 63–74.
- Kyuchukov, H. and Balvin, J. (2013) Antigypsyism and University Education. In: Kyuchukov, H. and O. Rawashdeh (eds.) *Roma Identity and Antigypsyism in Europe*. Munich: Lincom Europa: pp. 195–203.
- Kyuchukov, H. et al. (1993) *Romano ABC Lil – Romski bukvar*. Sofia: Zefir.
- Miškolci, J., Kováčová, L., & Rigová, E. (2020). Countering Hate Speech on Facebook: The Case of the Roma Minority in Slovakia. *Social Science Computer Review*, 38(2), 128–146. <https://doi.org/10.1177/0894439318791786>.
- Pasta, S. (2023) A Case Study of Anti-Gypsy Hate on Twitter. *Research on Education and Media*, 15(1), 130–139, DOI: 10.2478/rem-2023-0017.
- Radičová, I. (2002). Rómovia na prahu transformácie. In: Vašečka, M. (ed.) *Čačipen pal o Roma: súhrnná správa o Rómoch na Slovensku*. Bratislava: Inštitút pre verejné otázky, pp. 79–92.
- Rorke, B. (2022a). *Brutal and Bigoted: Policing Roma in the EU*. European Roma Rights Centre (ERRC), June. <http://www.errc.org/reports--submissions/brutal-and-bigoted-policing-roma-in-the-eu>.
- Rorke, B. (2022b). Bulgaria: ECRI decries anti-Roma hate speech and mob violence, but keeps shtum on police brutality. *ERRC*, 13 October.
- Rushton, Ph., Cvorovic, J., & Bonn, A. (2007). General mental ability in South Asians: Data from three Roma (Gypsy) community in Serbia. *Intelligence*, 35, 1–12.

- Silverman, C. (2020). Ethnographic Fieldwork with Bulgarian Roma, 1970s–2018: Strategies and Challenges. In: R. Mateoc and R. Rugg (eds) *Recalling Fieldwork: People, Places and Encounters*, 51, pp. 143–164, Vienna: Lit Verlag.
- Taz.de (2013). Hitler als Referenz. <http://www.taz.de/!120521/> (20.07.2013)
- [http://en.wikipedia.org/wiki/Hate\\_speech](http://en.wikipedia.org/wiki/Hate_speech). Walker, P., & Waterson, J. (2022). Jimmy Carr's joke about Roma people 'deeply disturbing' says No 10. *The Guardian*, 7 Feb. <https://www.theguardian.com/politics/2022/feb/07/boycott-jimmy-carr-over-horrid-joke-about-roma-people-says-sajid-javid>.

### ***Ромська мова, права людини та «антициганство»***

***Христо Кучуков,***

*доктор педагогічних наук, професор,  
Сілезький університет (Катовіце, Польща);  
Національна Академія Наук Республіки Казахстан  
(Алмати, Казахстан)*

#### *Анотація*

*У статті проаналізовано форми «антициганства» щодо використання ромської мови, навчання ромських дітей рідною мовою та мовних прав людини ромів. Після визначення «мови ненависті» та «антициганізму», «онлайн-ненависті», наданого різними авторами, представлено якісне дослідження деяких ромських громад у Словаччині. «Антицигани» висловлюються безпосередньо або в інтернеті стосовно ромів. Обговорюються форми особистого/індивідуального, інституціоналізованого антициганізму, інституціоналізованого особистого антициганізму. Ромська мова використовується щодня переважно в сегрегованих ромських поселеннях. Однак ані в сегрегованих, ані в спеціальних школах дітям не пропонують уроки для формування формальної грамотності рідною мовою. Ставлення вчителів до використання ромської мови в школі часто не є позитивним, і вони не проводять жодних заходів, які б підтримували використання й розвиток ромської мови. Вони не визнають, що такі діти мають право вчитися рідною мовою. Це не сприймається як надбання, а якраз навпаки: учителі вважають, що дітям не потрібна рідна мова і що державна мова школи важливіша.*

*Офіційні мови, якими користуються діти, також є об'єктом мови ворожнечі в соціальних мережах і суспільстві, оскільки часто вони використовують різновид державної мови, що називається «етнолектом», а не державною мовою. Застосовуючи роботу Audis (2006), я дійшов висновку, що дискримінація молодих ромів є ще сильнішою, коли вони мають високу кваліфікацію. Антициганський настрій набагато вищий до освічених ромів, які борються за свою мову та права ідентичності. Оскільки освічені роми цього типу не можуть бути інтегровані в країнах свого походження, більшість із них емігрує до країн Західної Європи, щоб знайти свою професійну реалізацію.*

***Ключові слова:*** *роми, права людини, ромська мова, освіта, антициганство.*

*Submitted to the editor – 12.09.2023*

*Review 1 – 10.10.2023*

*Review 2 – 11.11.2023*

*Accepted for printing – 13.11.2023*

*Подано до редакції – 12.09.2023*

*Рецензія 1 – 10.10.2023*

*Рецензія 2 – 11.11.2023*

*Прийнято до друку – 13.11.2023*



# REVIEWS

---

## РЕЦЕНЗІЇ

**Рецензія**  
**на монографію Баталіної Христини Фрідріхівни**  
**«Дитина як втілення зла у фільмах жахів**  
**другої половини ХХ – початку ХХІ сторіччя»**

Монографія Х. Ф. Баталіної присвячена проблемі створення образу дитини як втілення зла у фільмах жахів другої половини ХХ – початку ХХІ сторіччя. У темі формулюється важлива проблема передусім морально-психологічного характеру.

Актуальність роботи полягає в тому, що «досліджується певна ніша, на сьогодні не заповнена в українському культурному просторі в ситуації, коли український кінематограф починає робити кроки на зустріч аудиторії й виходити в широкий прокат із жанровими картинками» [с. 22 рукопису]. Х. Ф. Баталіна вказує на те, що «вивчення проблеми дитини як кінематографічного об'єкта, крім поодиноких винятків, не розробляється в науковій кінознавчій літературі, хоча така потреба дедалі більше увиразнюється як одне з важливих її завдань» [с. 22 рукопису].

До зазначеного варто додати, що актуальним дослідження є ще й тому, що образ дитини у фільмах жахів не є нормою для пострадянського суспільства, не притаманний для культури сучасної України, але насаджується культурними традиціями західних держав (наприклад, насадження свята Хеловін). Отже, дослідження Х. Ф. Баталіної дозволяє розібратися з тим, звідки й чому інші традиції з'являються в культурі українців.

Ми переконані в тому, що ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і перспектив розв'язання проблеми пошуку архетипного й семіотичного під час створення образу дітей у фільмах жанру хорор, що відбиті в монографії, має достатній рівень для рекомендації вищезазначеної наукової роботи до друку.

Важливим досягненням дослідження Х. Ф. Баталіної вважаємо конкретизацію категорійно-термінологічного апарату кінохорору, що спирається на філософсько-естетичний аспект проблеми.

Із повагою ставимося до впевненої спроби Х. Ф. Баталіної запропонувати науковому співтовариству авторське бачення парадигми жанрових ознак фільму-хорор. Час продемонструє функціональність запропонованих ознак, виявить недоліки й домінуючі переваги такої парадигми. Оскільки ми є послідовниками принципу фалібілізму Карла Поппера (у розумінні поняття «фалібілізму» Чарлзом Пірсом), який передбачає аксіому про те, що будь-яке наукове знання принципово не є остаточним, а лише проміжною інтерпретацією істини, що передбачає подальшу заміну на кращу інтерпретацію, стверджуємо: авторське бачення парадигми жанрових ознак фільму-хорор має право на існування й потребує подальшої практичної верифікації, що, на наш погляд, уже є перемогою науковиці Х. Ф. Баталіної й перемогою наукової думки в галузі.

Монографія виконана на достатньому науковому рівні, містить важливі теоретичні положення й має практичне значення. Перед нами індивідуальна, теоретично й операційно забезпечена дослідницька позиція, що сприяє становленню сучасної теорії.

Завідувач кафедри журналістики  
філологічного факультету  
Прикарпатського національного університету  
імені Василя Стефаника, доцент

О. М. Холод



**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 **26–80 тисяч знаків** (символів та пробілів).

Мінімальний обсяг тексту статті не повинен бути менше 8 сторінок (26 тисяч знаків із пробілами). Максимальний обсяг тексту статті не повинен перевищувати 60 сторінок (80 тисяч знаків із пробілами).

Обсяг рецензії на книгу має бути 5–10 тисяч 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: .doc, .docx). Розмір сторінки А4; книжкова орієнтація; береги по 2 см.; шрифт Times New Roman; розмір шрифту 12; інтервал між рядками 1,0.

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:

- 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 університетові 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, 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 APA (7-ме видання)** (див. – [https://owl.purdue.edu/owl/research\\_and\\_citation/apa\\_style/apa\\_formatting\\_and\\_style\\_guide/reference\\_list\\_author\\_authors.html](https://owl.purdue.edu/owl/research_and_citation/apa_style/apa_formatting_and_style_guide/reference_list_author_authors.html)), 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 (Вартанов, 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 APA (7-ме видання)** – [https://owl.purdue.edu/owl/research\\_and\\_citation/apa\\_style/apa\\_formatting\\_and\\_style\\_guide/reference\\_list\\_author\\_authors.html](https://owl.purdue.edu/owl/research_and_citation/apa_style/apa_formatting_and_style_guide/reference_list_author_authors.html)

**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.

**Положення про конфіденційність.**

Електронні адреси, які вказуються користувачами сайту цього Журналу, будуть використовуватися виключно для виконання внутрішніх технічних завдань цього Журналу; вони не будуть поширюватися й 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 15(1), 2023**

**Науковий піврічний журнал**

Науковий журнал «Соціальні комунікації: теорія і практика»  
zareestrovaniy u Ministerstvi yustitsii Ukraini  
yak drukovaniy zasib masovoi informatsii  
(svidocstvo – seriya KB № 21875-17775 P від 01.02.2016)

У томі 15(1) статті надруковано англійською  
та українською мовами.

Наукові редактори – Ганна ХОЛОД, Олександр ХОЛОД,  
Набір текстів – автори статей.  
Літературний редактор – Ганна ХОЛОД.

Верстка, архітектоніка тексту,  
художнє оформлення й палітурка – Олександр ХОЛОД.

*Соціальні комунікації: теорія та практика* (2023). Науковий піврічний журнал. Том 15(1), січень – червень, 158.

Том 15(1) періодичного наукового журналу містить результати досліджень фахівців із соціальних комунікацій, представлені авторами з Англії, Бельгії, Польщі й України.

Дослідження стосуються теорії, методології та історії соціальних комунікацій, теорії та історії журналістики, прикладних соціально-комунікаційних технологій, соціальних комунікацій та прав людини.

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

© Громадська організація

«Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ», 2023.

© Товариство з обмеженою відповідальністю «Науково-виробниче підприємство «Інтерсервіс», 2023.

Підписано до друку 02.12.2023. Формат 60x84/8.  
Папір офс. Гарнітура «Ukrainian TimesET». Друк офс.  
Ум. др. арк. 7,1. Наклад прим.: 300. Замовлення № 1007-04/22

**Видавець:**

*(літературне й наукове редагування, рецензування, архітектоніка тексту, форматування, верстка, розміщення статей на електронному ресурсі журналу):*

Громадська організація

«Науково-освітній центр «УСПІШНИЙ»,

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.