

УДК 316.77

**МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ
В МІЖДИСЦИПЛІНАРНІЙ ПАРАДИГМІ:
ДЕРЖАВНА БЕЗПЕКА, СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ,
ПСИХОЛІНГВІСТИКА**

Лариса Компанцева

**доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри,
Національна академія Служби безпеки України,
вул. Онуфрія Трутенка, 22, м. Київ, Україна, 03022
larafkom@gmail.com**

АНОТАЦІЯ. *Кольорові революції 21 століття, події 2013–2016 років в Україні стимулювали переосмислення теорії масових комунікацій, що, перш за все, передбачає визначення психолінгвістичних чинників їх здійснення та впливу на масову свідомість. Актуальності набувають такі питання: яким чином натовп, зібрана публіка і незібрана публіка здатні до трансформування одне в одне? Яким чином ці види маси впливають на стан безпеки держави? Які комунікативні впливи здійснюються на кожний із зазначених видів мас? Яким*

чином можна запобігти цим впливам? наскільки масовими будуть глобальні комунікації? як фахівці силових відомств можуть управляти соціальними комунікаціями мас задля забезпечення державної безпеки?

У статті пропонується міждисциплінарний підхід до феномену масові комунікації та вирішуються такі завдання: аналізуються підходи соціальних комунікацій до теорії мас та масових комунікацій; визначаються ключові питання масових комунікацій у системі забезпечення державної безпеки; пропонується психолінгвістичні технології попередження деструктивних масових комунікацій.

Ключові слова: забезпечення державної безпеки, маси, масові комунікації, «розумний натовп», протидія деструктивним маніпуляційним впливам.

Вступ

Проблеми масових комунікацій активно розробляються українськими (Ф. Іванов, С. Квіт, В. Різун, Г. Почепцов) і закордонними вченими (Г. Лассвелл, Г. МакЛюен, Ю. Хабермас, В. Шрам тощо). Дослідники визначали сутність масових комунікацій з позицій різних наук – соціології, політології, філософії, психології, лінгвістики тощо.

Кольорові революції 21 століття, події 2013–2016 років в Україні стимулювали переосмислення теорії масових комунікацій, що, перш за все, передбачає визначення психолінгвістичних чинників їх здійснення та впливу на масову свідомість. Актуальності набувають такі питання:

- яким чином натовп, зібрана публіка і незібрана публіка здатні до трансформування одне в одне?
- яким чином ці види маси впливають на стан безпеки держави?
- які комунікативні впливи здійснюються на кожний із зазначених видів мас? Яким чином можна запобігти цим впливам?
- наскільки масовими будуть глобальні комунікації?
- як фахівці силових відомств можуть управляти соціальними комунікаціями мас задля забезпечення державної безпеки?

Мета статті – сформулювати міждисциплінарний підхід до феномену *масові комунікації*. Завдання статті: 1) проаналізувати підходи соціальних комунікацій до теорії мас та масових комунікацій; 2) визначити ключові питання масових комунікацій у системі забезпечення державної безпеки; 3) запропонувати

психолінгвістичні технології попередження деструктивних масових комунікацій.

Методи і методики дослідження

Серед загроз, на попередження яких передусім має бути спрямована діяльність інститутів сектору безпеки та оборони, дослідники виокремлюють транснаціональний тероризм, організовану злочинність, зокрема кібер-, активізація по усьому світу «розумного натовпу» (флеш-моб, кримінальний карнавал, мирний бунт), який формується в мережевих ресурсах та засобах масової комунікації, що забезпечує його організованість і планомірність дій

Специфіка зазначених загроз полягає в тому, що вони:

- незвичайні, на нашу думку;
- не відповідають законам війни, з позицій засобів і можливостей;
- не відповідають наявному арсеналу військових засобів і планів;
- чітко спрямовані проти конкретних активів держави;
- припускають використання, нейтралізацію і зведення нанівець того, що в іншій ситуації становить силу держави;
- складні для відповідних дій та особливо складні для чіткої і пропорційної протидії.

Усі зазначені загрози ґрунтуються на асиметричних комунікаціях і нестандартних підходах: асиметрія означає відсутність загальної бази для порівняння, з погляду якості; нестандартність – наявність характерної або незвичайної моделі.

«Rand-корпорація» та Інститут складності в Санта-Фе (SFI) прогнозують найближчі десятиліття як десятиліття бунтів. Причинами дослідники вважають голод, загальне відчуття загрози, маргінальність (статеві девіації, Pussy Riot) і молодіжний націоналізм, який буде апелювати до проблем діаспори. Отже, перед дослідниками постають завдання пошуку нових комунікаційних технологій, спрямованих на попередження та зниження напруження заворушень, визначення адекватних технологій дослідження масових комунікацій. Серед найбільш актуальних визначимо такі:

Конверсанційний аналіз – аналіз, спрямований на визначення перфомативної природи соціальної реальності й

мови; дослідження зміни комунікативних ролей та семіотизації соціально-культурного контексту.

Дискурс-аналіз – всебічний опис і характеристика мовленнєвого спілкування людей у конкретних, зокрема, і стандартних комунікативних ситуаціях з урахуванням соціальних, культурних, когнітивних, психологічних, етнічних і т. ін. Детермінантів.

Метод соціальних взаємодій або метод спостереження груп – метод, за допомогою якого можуть бути досліджені процеси формування групових культурних цінностей; вербальні вислови (позитивні/негативні, дружні/ворожнечі тощо); вербальна й невербальна поведінка в референтних групах й субкультурах; статика й динаміка відношень особистість/група.

Результати досліджень

Підхід соціальних комунікацій до теорії мас та масових комунікацій сформувався останніми роками. Він базується на таких положеннях:

1. Згідно В. Різуна, **масові комунікації** за характером і формою є видом соціальної взаємодії – впливом комуніканта на комуніката у вигляді маси. Масові комунікації – середовище для лідерів, вожаків, керівників, які комунікують із громадянським суспільством. Через це масові комунікації виступають особливою формою соціального регулювання і є окремим видом соціальних комунікацій (Різун, 2008).

2. В українській традиції поняття *масова комунікація* вживається в однині. Проте С. Квітом було обґрунтовано множинне визначення цього феномену, оскільки *масові комунікації* є «певною різноспрямованою інформаційною взаємодією, що представляє собою багато різнорідних актів комунікації всередині суспільства». С. Квітом зауважив, що в сучасній Україні масові комунікації громадянського суспільства починаються з Чорнобильської катастрофи. «Це була та інформація, яку неможливо було приховати від масової аудиторії. Відтак відбулася загальносуспільна рефлексія над нею, що зумовила певні наслідки. До того в Україні здійснювалася односпрямована тоталітарна комунікація від комуністичного керівництва СРСР до широких мас населення». Вивчення масових комунікацій починається з відходом від тоталітарної системи, яка «не потребує досліджень

масових комунікацій, оскільки вона не зацікавлена в жодному зворотному зв'язку із суспільством» (Квіт, 2008).

3. Середовище масових комунікацій антагоністичне, воно породжує протистояння еліт і мас.

4. Масові комунікації виконують суспільні функції соціального регулювання. «Масові комунікації відбивають стосунки всередині суспільства і забезпечують його ефективність» (Квіт, 2008).

5. Низка вчених пов'язує масові комунікації з впливом медіа (С. Квіт, Ч. Райт, Д. де Флер, Е. Деніс), «оскільки відділення масмедіа від масової комунікації є неприродним» (Квіт, 2008). Згідно іншого підходу (В. Різун) у розвитку масових комунікацій визначаються три періоди – доіндустріальний, індустріальний, інформаційний, а масові комунікації не обов'язково співвідносяться з медіа, вони з'являється водночас із виникненням людського суспільства і навіть до появи мови існують як живе спілкування через жести, міміку, звуки.

6. Масові комунікації можуть використовуватися в різних форматах – великих інформаційних кампаніях, виборчих кампаніях, інформаційних війнах тощо. Так, під час інформаційної агресії здійснюється маніпулювання масами, вплив на еліту певних держав або власної країни. За В. Різун, мета такої маніпуляції найчастіше полягає у таких діях: внесенні у суспільну та індивідуальну свідомість ворожих, шкідливих ідей та поглядів; дезорієнтації та дезінформації мас; послаблення певних переконань, устоїв; залякування народу образом ворога тощо. Генеральна мета інформаційної війни – порушити обмін інформацією в таборі противника, тобто ареною боротьби стає масова свідомість (Різун, 2008).

7. Для соціальних комунікацій актуальним є розуміння **маси** як ситуативно виниклої, ймовірносною за своєю природою, гетерогенної за складом, неструктурованої, неорганізованої та ірраціональної за формами функціонування психологічної єдності людей, яка формується щоразу як новий соціальний суб'єкт під впливом масового настрою, що виникає в результаті конфлікту між прагненнями й досягненнями людей, та певним чином поводить себе в рамках своєї, масової свідомості (Різун, 2008).

8. Існують різні класифікації маси. Так, Г. Гард пропонував розрізняти *натовп* і *публіку*, що відрізняються за такими

характеристиками: у натовпі люди фізично поєднані, у публіці переважно розсіяні, натовп більш активний і нетерпимий, публіка більш лояльна і пасивна. Публіка є потенційним натовпом, її можна кваліфікувати як початковий стан зрілої маси (Тард, 1902). В межах соціальних комунікацій доцільною є класифікація маси, що запропонована Д. Ольшанським: *натовп, зібрана публіка* (від глядачів у театрі до учасників мітингів, що мають спільні установки, орієнтації під впливом одного й того самого предмета сприймання в один і той самий момент, готові до дії), *незібрана публіка* (електоральні маси, аудиторія ЗМІ, поляризована маса, тобто більшість людей, що мають спільне у мисленні, інтереси яких викликані однаковими стимулами) (Ольшанський, 2002).

9. Існує дві форми маси – природна, *стихийна*, неорганізована, яка виникає сама собою (Г. Ле Бон, Б. Поршнев, Ш. Сигеле, Г. Тард), і *штучна*, організована, керована (У. Макдауголл, Д. Ольшанський, В. Різун, З. Фрейд). «У стихійній масі людей об'єднує не якийсь керівник; вони самі знаходять свою жертву – уособлюють персонально в комусь свій негативізм, оскільки їх єднає швидше ідея боротьби з кимось проти чогось, ніж ідея боротьби за когось і щось. Для стихійних мас обов'язкове внутрішнє, міжперсональне спілкування, в середовищі якого вони й формуються; масове спілкування відбувається у вигляді комунікаційної поведінки висунутих самою ж масою лідерів або зовнішніх «вождів», які хочуть впливати на стихійні маси. Штучна маса – це продукт організованої праці кількох людей чи однієї особи, соціальних інститутів, які керують людьми, «заганяючи» їх у масу і використовуючи для цього знання про психологію природних, стихійних мас. Керівник маси – це лідер, вожак, авторитет, «гіпнотизер». Члени штучної маси повсякчас самонавіюють собі уявлення про зразкову людину, приписуючи їй те, що вони хочуть бачити в лідеріві» (Різун, 2008).

10. Модель масових комунікацій була запропонована Г. Ласвеллом, який вважав, що акт комунікації має бути описаний за допомогою п'яти запитань: хто є комунікатором? що він повідомляє? за допомогою якого каналу? кому? з яким ефектом? «У ході наукового вивчення процесу комунікації акцент робиться на одному з перелічених питань. Дослідники, які вивчають складову «Хто» (комунікатора) приділяють основну

увагу факторам, що ініціюють і спрямовують акт комунікації (Ласвелл, 1948). Ми називаємо цю галузь досліджень аналізом контролю. Фахівці, що вивчають питання про те, «що говориться», включені до контент-аналізу. Дослідження специфіки радіо, преси, кінематографа та інших каналів комунікації становлять предмет медіа-аналізу. У тих випадках, коли у фокусі уваги дослідників опиняються індивіди, охоплені ЗМІ, говоримо про аналіз аудиторії. При обговоренні питання впливу центральною є проблема аналізу ефектів» (Ласвелл, 1948).

11. Масові комунікації – складова соціальних комунікацій. За визначенням Н. Костенко, масові комунікації формують повсякденність, соціум та алгоритми його існування через опосередкування з економічними, соціальними та культурними впливами (Костенко, 1993). В. Іщук наголошує на соціальній функції масових комунікацій, оскільки вони забезпечують ідеологічний, політичний, економічний або організаційний вплив на думки і поведінку громадян (Іщук, 2000). В. Владимиров обґрунтовує трансформацію *масового-розуміння-як-масового буття в соціальне-розуміння-як-соціальне буття* за рахунок впливу медіа на стихійне спілкування (Владимиров, 2006). Специфіка масових комунікацій як складової соціальних комунікацій постійно змінюються.

І. Пригожин, засновник синергетичного підходу, вивів умови переростання хаосу в організовану середу, зазначивши, що хаос при деякому зовнішньому впливі має здатність до самоорганізації та створення внутрішніх структур (Пригожин, 1986). У проекції на масовий рух процеси структурування хаосу виглядають так:

1) у більшості індивідів, що становлять масу, повинні бути спільні погляди, інтереси, які мають важливе для них значення, причому ці погляди пов'язані з почуттями незадоволеності, розчарування існуючим станом справ. Створення груп незадоволених, що мають різний статус у суспільстві, – основа масового руху;

2) основний фактор, який підтримує масовий рух, – віра в його цілі, надія на майбутнє, усвідомлення кожним учасником своєї сили. «Масовий рух у фазі його підйому приваблює і підтримує послідовників не тим, що задовольняє бажання самопросування, а тим, що може дати задоволення пристрасті до самовідданості... Незадоволені знаходять у русі можливість стати

іншими людьми ... Віра в «священну справу» частково заміняє віру в самих себе» (Хоффер, 2001);

3) рух повинен мати ясну мету, що підкріплюється привабливою і барвистою доктриною та ідеологією. «Людина з надією отримує силу з найнеймовірніших джерел, наприклад: гасла, слова, гудзики. Всяка віра безсила, якщо вона не включає в себе віри в майбутнє, якщо не пророкує світле майбутнє. Так і доктрина: щоб бути дієвою вона повинна бути не тільки джерелом влади, а й ключем до книги майбутнього» (Хоффер, 2001).

У теперішній час актуальності набуває вивчення масових комунікацій у системі забезпечення державної безпеки. Активізація в Україні деструктивних масових впливів (тотальність російської пропаганди, активізація сепаратистських акцій на Сході України, використання релігійних та національних факторів російськими пропагандистами задля роз'єднання українського суспільства і розпалювання ворожнечі тощо) зумовлюють необхідність технологій маніпуляційного впливу на масову свідомість, а саме:

1. *Публічні заяви, виступи, протести, листи, декларації, підписані відомими людьми, вченими, громадськими та релігійними діячами.* Маніпуляційний ефект полягає в перенесенні поваги та довіри до відомих людей на ідеї, представлені в публічних заявах.

2. *Використання комунікативних засобів, спрямованих на великі групи людей:*

а) ідеї, установки, надії, проміжні цілі – все те, що формує картину майбутнього, що відрізняється від теперішнього стану справ, який учасники руху критикують;

б) гасла, картинки, карикатури, значки, прапорці, шарфи, хустки – засоби, що мають символічне навантаження, і підкреслюють об'єднання людей у «коло своїх»;

в) всілякі засоби поширення ідей, гасел і вимог: записи для відтворення на плеєрах, мобільних телефонах тощо; публікації в ЗМІ, копії статей; буклети, листівки та ін. Ці засоби поширюються активістами через знайомих на мітингах та інших публічних заходах.

3. *Символічні дії:* знищення знамен, чучел, портретів; носіння символів, що визначають ставлення до певного протестного напрямку; вивішування прапорів; символічне запалення свічок, факелів, ліхтарів; виставлення портретів керівників і символів свого руху; гудки та інші символічні звуки;

проведення молитов і богослужінь; малювання символів на стінах будинків.

4. *Різноманітні акції на підтримку поширення інформації про цілі руху*: концерти, мультфільми, кліпи та ін. Ці засоби розраховані на певну цільову аудиторію. Тут застосовується загальна схема: поширення поваги до відомих особистостей на користь того, за кого ці особистості виступають.

5. *Відмова від соціального співробітництва*, засудження окремих представників влади, зокрема і членів їхніх сімей. Це спосіб ефективного впливу на представників правоохоронних органів.

6. *Наявність харизматичного лідера, якому учасники руху довіряють і з яким пов'язують свої надії*. Часто цей лідер вибудовує соціальну політику на комунікації із співчуваючими, умінні повести за собою тих, хто сумнівається, це припускає використання таких мовленнєвих конструкцій: простих і зрозумілих кожному учаснику руху формулювань; барвистих переконань; нелогічного переходу від сьогодення до майбутнього; емоційних конструкцій; підкресленого акцентування рівності всіх учасників руху; театральності ритуалів, масових сцен, символів, емблем.

7. *Використання медіаторів* – «лідерів думок», що передбачає сугестивний вплив на людину циркулюючих міфів, чуток і пліток, що походять не безпосередньо із ЗМІ, а через значущих для людини авторитетних людей («лідерів думки»). Неофіційні особистісні комунікації для людей більш значущі, ніж «офіційні» повідомлення ЗМІ. Ідеї та ситуації здатні транслюватися на низовий рівень (рівень масових комунікацій) у тій мірі, в якій вони драматургійні, мають цікавий і доступний сюжет.

8. *Розпалювання незадоволеності й ненависті у всіх верствах населення* – основа створення масових рухів. «Загальна ненависть поєднує самі різноманітні елементи. Розділити загальну ненависть навіть з ворогом – значить заразити його почуттям спорідненості і таким чином підірвати сили його опірності» (Хоффер, 2001).

9. *Дискурс-стратегія суспільного незадоволення*. Існує безліч нюансів, здатних обурити громадськість. Маніпуляційний вплив в цьому випадку ґрунтується на правильному вичленуванні

приводу, який здатний викликати найбільше обурення. Потім маніпулятори «розтягують» хвилю обурення на максимально можливий термін. Безпосередні виконавці такої акції поширюють негативні повідомлення в транспорті, магазинах, неофіційних інтернет-ресурсах та ін.

Перед лінгвістами та психологами постає спільне питання вироблення **прикладних технологій попередження деструктивних масових заворушень**. Назвемо кілька з них:

1. Виникнення масового руху – завжди свідчення наявності соціального конфлікту. Проте конфлікт – це обов'язково негативна ситуація. Згідно Logman Dictionary of Contemporary English (1995), лексема *конфлікт* є многозначною: 1) стан незгоди; 2) ситуація, в якій необхідно обирати між двома (або більшою кількістю) потреб; 3) бійка, битва, війна. Отже, лише у третьому значенні *конфлікт* тлумачиться як деструктивна подія. А тому рішення щодо врегулювання конфліктної ситуації мають прийматися своєчасно.

2. Необхідно узгоджувати дії між тими, хто хоче вирішувати конфлікт, і тими, хто знає, як це робити, і тими, кому вирішення конфлікту підвладне. Парадокс конфлікту, за думкою Д. Каці, полягає у протиріччі поведінки трьох його учасників, оскільки бажання вирішити конфлікт – це теж конфлікт (Каці, 2004):

- тих, хто хоче вирішити конфлікт, частіше за все не можуть цього зробити, тому що не знають як;
- тих, хто знає, як зробити, частіше за все не можуть застосувати свої знання для вирішення такого конфлікту, тому що це їм непідвладно;
- тих, кому підвладно вирішення конфлікту, частіше за все не можуть його довірити тому, хто знає, як це зробити, тому що не хочуть втратити вплив.

3. Попередження масових заворушень має здійснюватися, насамперед, на інформаційно-комунікативному рівні: можливі проблеми мають обговорюватися у всіх впливових ЗМК.

4. У випадках деструктивності масових рухів (наприклад, сепаратистської спрямованості) необхідно позиціювати антиідеї, розширювати в Інтернеті систему посилань, що негативно оцінюють діяльність руху; створювати інтернет-спільноти задля обговорення діяльності руху; розповсюджувати інформацію, що може викликати емоційний резонанс громадянського суспільства.

5. Необхідно комунікувати з цільовими аудиторіями, що мають певні проблеми; створювати інтернет-ресурси довіри, що надають можливість діалогу з відомими лікарями, юристами, економістами, психологами; активізувати дії юридичних та лікарських клінік, що надають початкові безкоштовні послуги населенню; формувати альтернативні резонансні події тощо.

6. Необхідно виявляти цілі, з якими розробляються медіавірусні впливи; створювати інформаційні потоки, що перешкоджають медіавірусному зараженню суспільства; формувати іронічні дискурси, які знецінюються ідеологію медіавірусів; використовувати глобальний діалог як стратегію протидії медіавірусам.

7. В інформаційному просторі необхідно закріплювати концепти та ідеї, притаманні національній культурі; формувати значимі когнітивні змісти у свідомості нації.

8. Потрібно управляти інформацією, що передбачає такі дії: планування інформації щодо резонансних подій, використання одних і тих самих ключових слів та фраз у всіх повідомленнях ЗМК; послідовне неперевантажене подання інформації; діалог з аудиторією через канали ЗМІ простою мовою, апеляція до загальнолюдських цінностей.

Висновки

Масові комунікації – складова соціальних комунікацій, саме з її дослідження почалося становлення соціальних комунікацій як нової галузі знань. Масові комунікації за характером і формою є видом соціальної взаємодії, оскільки передбачають вплив адресанта на адресата у вигляді маси; масові комунікації виступають особливою формою соціального регулювання.

В українській традиції поняття *масова комунікація* вживається в однині. Але події останнього часу зумовили множинне тлумачення масових комунікацій як певної різноспрямованої інформаційної взаємодії, що містить багато різнорідних актів комунікації всередині суспільства. Середовище масових комунікацій антагоністичне, воно породжує протистояння еліт і мас.

Для соціальних комунікацій актуальним є розуміння **маси** як ситуативно виниклої, ймовірнісної за своєю природою, гетерогенної за складом, неструктурованої, неорганізованої та

іраціональної за формами функціонування психологічної єдності людей, яка формується щоразу як новий соціальний суб'єкт під впливом масового настрою, що виникає в результаті конфлікту між прагненнями й досягненнями людей, та певним чином поводить себе в рамках своєї, масової свідомості.

Дослідження масових комунікацій має бути спрямованим на різні типи маси – натовп, зібрану публіку і незібрану публіку. Гібридні війни як перервані соціальні комунікації спрямовані на світоглядні зміни зібраної і незібраної публіки. Натовп стає ефективним механізмом переформатування соціальних систем в усьому світі.

Отже, перед фахівцями державних органів, інститутів сектору безпеки, а також лінгвістами, психологами, постає актуальне прикладне завдання – формування конструктивних масових комунікацій для забезпечення державної безпеки.

Література:

- Владимиров, В.М. (2006) Хаос – Розуміння – Масова комунікація / В.М. Владимиров. – К. : КиМУ, 365 с.
- Іванов, В.Ф. (2010) Основні теорії масової комунікації і журналістики : [навчальний посібник] / В.Ф. Іванов. – К. : Центр Вільної Преси, 258 с.
- Ішук, В. (2000) Україна: проблема престижності та ідентичності (масова комунікація і культура як суб'єкти формування громадської та національної свідомості) / В. Ішук. – К. : Смолоскип, 89 с.
- Кацы, Д.В. (2004) Переговори и посредничество: инструменты повседневной практики международного / Д.В. Кацы. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 184 с.
- Квіт, С. (2008) Масові комунікації : [підручник] / С. Квіт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.twirpx.com/file/59_3898
- Костенко, Н. (1993) Ценности и символы в массовой коммуникации / Н. Костенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://padabum.com/d.php?id=46332>.
- Лассвелл, Г. (1948) Структура и функция коммуникации в обществе / Г. Лассвелл [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sbiblio.com/biblio/archive/hrest_pr/00.aspx.
- Ольшанский, Д. (2002) Психология масс / Д. Ольшанский [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/olshansk.
- Пригожин, И. (1986) Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой / И. Пригожин, И. Стенгерс. – М. : Прогресс, 432 с.
- Різун, В.В. (2008) Теорія масової комунікації : [підручник для студентів] / В.В. Різун [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://journlib.univ.kiev.ua/Teoriya_mas_com.pdf.
- Тард, Г. (1902) Общественное мнение и толпа / Г. Тард [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studopedia.org/index.php?vol=1&post=36744>.
- Хоффер, Э. (2001) Истинноверующий / Э. Хоффер. – Мн. : ЕГУ, 200 с.

- Владимиров, В.М. (2006) Хаос – Розуміння – Масова комунікація / В.М. Владимиров. – К. : КиМУ, 365 с.
- Іванов, В.Ф. (2010) Основні теорії масової комунікації і журналістики : [навчальний посібник] / В.Ф. Іванов. – К. : Центр Вільної Преси, 258 с.

References:

- Ishchuk, V. (2000). *Ukrayina: problema prestyzhnosti ta identychnosti (masova komunikatsiya i kultura yak subyekty formuvannya hromadskoyi ta natsionalnoyi svidomosti)*. K. : Smoloskyp, 89 s. [in Ukrainian].
- Katsy, D.V. (2004). *Perehovory u posrednychestvo: yন্ত্রumenty povsednevnoy praktyky mezhunarodnyka*. SPb. : Yzd-vo SPb. un-ta, 184 s. [in Russian].
- Kvit, S. (2008). Masovi komunikatsiyi. Rezhym dostupu : <http://www.twirpx.com/file/593898>. [in Ukrainian].
- Kostenko, N. (1993). *Tsennosty u symvoly v massovoy kommunykatsyy*. Rezhym dostupu : <http://padabum.com/d.php?id=46332>. [in Russian].
- Lassvell, H. (1948). *Struktura y funktsyya kommunykatsyy v obshchestve*. Rezhym dostupu : http://sbiblio.com/biblio/archive/hrest_pr/00.aspx. [in Russian].
- Olshansky, D. (2002). *Psykholohyya mass*. Rezhym dostupu : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/olshansk. [in Russian].
- Pryhozhyn, Y. (1986). *Poryadok yz khaosa. Novyy dyaloh cheloveka s pryrodoy*. M. : Prohress, 432 s. [in Russian].
- Rizun, V.V. (2008). Teoriya masovoyi komunikatsiyi : [pidruchnyk dlya studentiv]. Rezhym dostupu : http://journalib.univ.kiev.ua/Teoriya_mas_com.pdf. [in Ukrainian].
- Tard, H. (1902). *Obshchestvennoe mnenye y tolpa*. Rezhym dostupu : <http://studopedia.org/index.php?vol=1&post=36744>. [in Russian].
- Khoffer, É. (2001). *Ystynno Veruyushchy*. Mn. : EHU, 200 s. [in Russian].

МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОЙ ПАРАДИГМЕ: ГОСУДАРСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ, СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ, ПСИХОЛИНГВИСТКА

Лариса Компанцева

доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой,
Национальная академия Службы безопасности Украины,
ул. Онуфрия Трутенка, 22, г. Киев, Украина, 03022
larafkom@gmail.com

АННОТАЦИЯ. Цветные революции 21 века, события 2013–2016 годов в Украине стимулировали переосмысления теории массовых коммуникаций, что, прежде всего, предусматривает определение психолингвистических факторов их осуществления и воздействия

на массовое сознание. Актуальность приобретают следующие вопросы: каким образом толпа, собранная публика и несобранная публика способны к взаимной трансформации? каким образом эти виды массы влияют на состояние безопасности государства? какие коммуникативные воздействия направлены на каждый из указанных видов масс? каким образом можно предотвратить эти воздействия? насколько массовыми будут глобальные коммуникации? как специалисты силовых ведомств могут управлять социальными коммуникациями масс для обеспечения государственной безопасности?

В статье предлагается междисциплинарный подход к феномену массовые коммуникации и решаются следующие задачи: анализируются подходы социальных коммуникаций к теории масс и массовых коммуникаций; определяются ключевые вопросы массовых коммуникаций в системе обеспечения государственной безопасности; предлагаются психолингвистические технологии предупреждения деструктивных массовых коммуникаций.

Ключевые слова: обеспечение государственной безопасности, массы, массовые коммуникации, «умная толпа», противодействие деструктивным манипулятивным воздействиям.

MASS COMMUNICATION IN THE INTERDISCIPLINARY PARADIGM: STATE SECURITY, SOCIAL COMMUNICATION, PSYCOLINGUISTICS

Larysa F. Kompantseva

Dr. in Philology, Professor, the Head of Department,

National Academy of Security Service of Ukraine,

22 Onufriya Trutenko Str., Kyiv, Ukraine, 03022

larafkom@gmail.com

ABSTRACT. *Color revolutions of the 21st century, the events of 2013–2016 in Ukraine stimulated rethinking the theory of mass communications, that primarily envisages the definition of psycholinguistic factors of their implementation and impact on mass consciousness. The following questions acquire the relevance: how the crowd, gathered audience and uncollected audience are capable to mutual transformation? How these kinds of masses can affect on the condition of the state security? Which communication effects are directed to each of these types of mass? How to prevent these impacts? How massive will be global communications? How can experts of law enforcement agencies manage social mass communications for national security?*

The article offers a multidisciplinary approach to the phenomenon of mass communications, and the following tasks are solved: the approaches of social communications to the theory of the masses and mass communications are analyzed; the key issues of mass communication in the system of ensuring state security are identified; the psycholinguistic technologies of preventing destructive mass communications are offered.

Key words: *ensuring national security, mass, mass communications, «smart crowd», countering manipulative destructive influences.*

Подано до редакції 04.09.2016;

Рецензовано 07.09.2016;

Прийнято до руку 08.09.2016
