

\*\*\*\*\*

# ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

\*\*\*\*\*

УДК 007:304

DOI 10.32840/cru2219-8741/2024.4(60).1

**В. М. Корнєєв**

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент  
професор кафедри соціальних комунікацій  
e-mail: vmkorn@knu.ua, ORCID: 0000-0001-5749-1443  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

**Т. І. Сащук**

кандидат наук із соціальних комунікацій  
доцент кафедри соціальних комунікацій  
e-mail: sashchuk@knu.ua, ORCID: 0000-0002-0758-2045  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Володимирська, 60, м. Київ, Україна, 01033

## ЧАС ЯК КАТЕГОРІЯ ПРОЄКТУВАННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ СЕРЕДОВИЩ

**Метою** статті є спроба систематизації форм часу з позиції функціонування комунікаційного середовища, виявлення можливих моделей потрактування часу в інформаційному просторі окремого комунікаційного середовища та встановлення впливового потенціалу часових контекстів і форм, які використовуються чи можуть використовуватися в медіадискурсі.

**Методологія дослідження.** У статті узагальнено наукові підходи до кваліфікації часу з позицій комунікаційної ефективності медіадіяльності. Час розглянуто як феномен, яким визначається та проєктується система ефектів медіатвору, тим самим підкреслено важливість та значущість урахування цієї категорії в науковій та практичній медіадіяльності. У ході дослідження використано загальнонаукові методи теоретичного дослідження, зокрема формалізації та узагальнення, абдукції, «обґрунтованої теорії», гіпотетико-дедуктивний та моделювання.

**Результати.** Категорії часу докладно осмислені та вивчені у філософських наукових працях, активно вивчаються в літературознавстві для визначення специфіки художнього образу, водночас медієзнавчі студії не артикулюють проблему часу як моделі сприймання та моделі формування медіаефектів повною мірою. Традиційне лінійне уявлення про час не буде коректним для оцінювання соціальних процесів та явищ, які є об'єктом професійної діяльності медійників. Більше того, оперування часовими формами сприймання контексту, моделювання нелінійних часових конструкцій може стати й зазвичай стає засобом впливу, зокрема того, що ми розуміємо як маніпуляцію. Ширший контекст розуміння часу в медіадискурсі, з огляду на соціальну природу та функції медіа в забезпеченні процесу суспільного поступу, дає підстави визначати соціальну спрямованість часу на рівні медіавідображень суспільного життя та встановлювати кореляції з філософськими, ідейними, політичними тощо системами розвитку соціальних процесів, які стають критерієм для узагальної оцінки соціальної аксіології (домінування категорій минулого, теперішнього чи майбутнього часу в концепціях соціальних цілей та потреб). Ці особливості оперування часом на рівні окремого твору чи медіадискурсу в цілому мають стати ґрунтом для переосмислення базових концепцій медійної діяльності, урахуватися в системі використання комунікаційних технологій, залучатися в аналітичні процеси дослідження ефективності тексту чи текстових масивів (систем), що зумовлює необхідність увіраження концепцій часу в парадигмі медієзнавчих досліджень.

**Наукова новизна.** У статті узагальнено підходи до моделювання часових форм на рівні індивідуальної свідомості сприймача медіатвору, акцентовано на широкому соціальному контексті розуміння часу в медіадіяльності та запропоновано напрями переосмислення

ключових підходів до медіадосліджень з урахуванням часу як окремої категорії, безпосередньо пов'язаної з формуванням впливів та моделюванням сприймання повідомлень у системі медіадіяльності.

**Практичне значення** дослідження полягає у формуванні напрямів та підходів до врахування концепції часу в площині проектування комунікаційного середовища, окремого твору й медіадискурсу загалом; кваліфікації ключових напрямів аналізу медіадтвору чи медіадискурсу на основі врахування особливостей моделювання часу та сприймання повідомлень у проєкції актуалізованих часових форм.

**Ключові слова:** час, медіадискурс, медіатвір, моделювання часу, проєктування комунікації.

## I. Вступ

Філософська концепція часу на сьогодні потребує уточнення з огляду на нові реалії, зумовлені науково-технічним розвитком: маємо на увазі час віртуальний, вигаданий, який ми усвідомлюємо в системі вигаданих автором умов та фактів, що не відбуваються в реальності, але від того не менш відчутно позначаються на нашій свідомості. Не маючи на меті оновлення філософської теорії часу, відзначимо та опишемо ті реалії сучасного виміру часу, які переживає чи може переживати наша свідомість в умовах сучасного розвитку цифрової дійсності.

Причина змін усвідомлення часу, на нашу думку, – це поява соціальних медіа, причому прямої кореляції тут виділяти не варто, насамперед ідеться про зростання кількості суб'єктів комунікації, розширення можливостей медіатизації, відсутність правил для зарегульованості інформаційного простору – відтак з'являються трактування, бачення, інформаційні продукти, контексти і смисли, які рідко актуалізувалися в доцифрову епоху та відображали світ художніх образів із чітким розмежуванням реальності й вигаданих світів. Сьогодні інформаційний простір глобально змінюється внаслідок діяльності суб'єктів інформування, нівелювання правил і стандартів масовоінформаційної діяльності, почасти – і незнання про них – це приводить до зростання інтенсивності інформаційного потоку, наповнення його тими контекстами і змістами, які відображають і дійсність, і вигадані світи однаковою мірою.

Збільшення кількості суб'єктів інформаційної діяльності стає причиною експлікації цілком нових контекстів та концепцій бачення дійсності, які лежать у межах цивілізаційно-культурної парадигми, однак часто виражають нетривіальне її трактування. До цього варто додати той сегмент комунікації, де межі реальності деформуються або ж відкидаються із цілком утилітарною метою – здійснення впливу, маніпуляції, керування соціумом та глобальне позиціонування його в межах певного контексту чи ситуації. Тут маємо на увазі інформаційні операції різного масштабу: від інформаційних воєн до конкретних сюжетів пропаганди чи позиціонування потрібних нарративів у соціумі в цілому або ж у його сегменті будь-якого масштабу. До прикладу, більшою чи меншою мірою світле майбутнє – це проєкція майбутнього часу, при цьому конкретна модель втілення такого майбутнього дає підстави кваліфікувати й позиціювати цей час у різних площинах: від «*ми ніколи не доживемо до* (образи неможливого чи віддалено можливого)...», до «*ми доживемо до повернення у часи, коли* (у минуле зі стабільними вимірами і можливістю забезпечити базові потреби)». У першому випадку ми говоримо про формування мрії, казки, актуалізації сподівань тощо – таким часом позиціонуємо аудиторію в контексті образів-знаків художнього світу; у другому випадку ми через формальні показники й маркери минулого формуємо образ майбутнього, і, з точки зору філософської концепції часу (незворотність), знову ж таки говоримо про казку чи мрію, тобто використовуємо вигадану, художньо означену реальність, яка тим не менш свого часу була предметно сприйнята органами чуття та інтелектуально пережита нашим комунікатором, була сегментом його дійсності.

Часові альянзи в сучасній комунікації доповнюються також можливістю віртуалізації дійсності за допомогою ігор, диджиталізованих середовищ та структур, у яких щось відбувається постійно, поза залежністю конкретної людини. Суб'єктність користувача розмивається, і хоча його дії впливають на процеси й розвиток подій, наприклад у грі, усе ж варто говорити про нове розуміння часу в цих умовах – відкладеного чи неактуалізованого часу, коли темп перебігу й наповненість дії часового проміжку від нас не залежить у глобальному вимірі, але актуалізується нами та набуває рис реального.

Ілюстрація проблем, що зумовлені диджиталізацією, виникла просто під час написання цього фрагменту статті: один з авторів отримав повідомлення про ігнорування звернення через месенджер Телеграм, аналіз ситуації виявив причину: повідомлення прочиталося на іншому пристрої (ноутбук), де було відкрите діалогове вікно чату, тому лишилося не поміченим на телефоні, відтак проігнорувалося. Це дає підстави говорити про паралельні часові плани часової реальності, які нами не усвідомлюються, але існують і впливають на сприймання реальності – зауважимо, що це важливо для пристроїв, які опосередковують соціальну комунікацію, надають доступ до соціальних сервісів чи мереж.

Таким чином, поряд зі звичними минулим, теперішнім і майбутнім, як формами часу, унаслідок актуалізації цифрових інструментів відображення дійсності та оперування нею, ми можемо

констатувати додаткову форму часу: об'єктивний час цифрових процесів, ініційованих людиною на гаджетах у межах суб'єктно актуалізованої діяльності (паралельний цифровий час) або ж відкладений, не актуалізований час. Відзначимо, що важливим критерієм кваліфікації такого часу є домінування суб'єктності, від якої залежать умови перебігу процесів дійсності в часових формах.

У технологічному вимірі часу справа виглядає ще складніше, наприклад, дослідження сучасної фізики дають можливість створювати й вимірювати феномени, коли час протікає швидше унаслідок певних технічних рішень. Відзначимо, що при проведенні технологічних експериментів, наприклад, із прискоренням часток, фізичний час дослідника збігається з нашим часом, а от процес і результат експерименту може мати наслідком іншу форму часу, яку треба не просто зафіксувати, а хоча б уявити в кореляції з «доступними» формами часу.

Про відсутність уваги дослідників до оперування часовими формами, а отже, і про відсутність категорії часу в аналітичній моделі медіадосліджень свідчать такі факти: 1) пошук публікацій у наукових базах та журналах з використанням платформи Google не дає безпосередніх результатів, які б вказували на актуальність проблематики для дослідників; 2) навіть у тих працях, де аналізуються синхронічні або ж діахронічні зрізи, категорія часу описується досить загальною, не артикулюється.

До прикладу, у досить ґрунтовному дослідженні Марії Сабадаш про PR-інструментарій закладів вищої освіти маємо вказівку на часові категорії, яка не виступає системотворчим чи взагалі значущим чинником: «Під час дослідження виявлено, що серед власних університетських видань та платформ у зарубіжних університетів прослідковується більша **послідовність, систематичність та спланованість** у комунікації, ніж в українських» (виділення наше. – В. К., Т. С.) [7, с. 130]. Або ж у дослідженні Інни Черемних, яка розкриває можливості й ресурси використання емоційного інтелекту для цілей менеджменту, ефективно кваліфікує лінійну послідовність інтелектуального процесу й виявляє закономірності активації мотиваційних чинників – категорія часу не стає значущим показником кореляції цих процесів, хоча й відображається в моделі діяльності: «В **періоди невизначеності**, стресових ситуацій, хаосу більшість людей не здатні спиратися на когнітивні системи, що лежать в латентних прошарках пам'яті, вони не **можуть діставати звідти** патерни моделей поведінки, що дозволяють ефективно вирішувати проблеми...». І далі: «Коли ми стикаємось із чимось новим, у т. ч. й завдяки тригерам (мотиваційним подразникам), записана на жорсткий диск інформація **починає видавати** для нашої свідомості “збіг” даних» (виділення наше. – В. К., Т. С.) [10, с. 27–28].

Ще один приклад – з навчального посібника: «Сам сучасний процес створення журналістського твору передбачає поєднання репродуктивної й продуктивної праці, втілення новітніх вимог до мультимедійного твору, взаємодію індивідуальної і колективної творчості журналістів, дотримання професійних стандартів журналістики у поєднанні з аудиторними очікуваннями й вподобаннями. Сучасний український журналіст добре розуміє роль факту й аргументу в створеному тексті, вміє зосередити увагу на найгостріших питаннях сучасності, передбачає конструктивну роль медіаторності. Виходячи з цього, в навчальному курсі “Теорія і практика друкованої журналістики” особлива увага зосереджена на характері діяльності, пов'язаної зі створенням журналістського продукту» [8, с. 3]. Як бачимо, категорія часу навіть не номінується в переліку професійних компетентностей, але «супроводжує» ці компетентності як іманентно властива.

Згадані вище ґрунтовні й системні дослідження не акцентують на категорії часу не через неухважність чи непослідовність дослідників, навпаки, ці дослідження серйозно актуалізують проблеми та явища в медіадіяльності, при тому свідчать, що чинник часу лишився поза увагою дослідників, адже не представлений у теоретичній моделі інструментарію як інструмент, що чітко кваліфікований у методології вивчення медіатексту чи медіадискурсу. На нашу думку, ефективність такого інструменту повною мірою може проявлятися в дослідженнях впливу та маніпуляцій, у студіях, мета яких визначити процес і результат оперування свідомістю комуніката під час сприймання медіатору та після цього часу – в умовах соціального функціонування з урахуванням сформованих поглядів і переконань.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою нашої статті є спроба систематизації форм часу з позиції функціонування комунікаційного середовища, виявлення можливих моделей потрактування часу в інформаційному просторі окремого комунікаційного середовища та встановлення впливогенного потенціалу часових контекстів і форм, які використовуються чи можуть використовуватися в медіадискурсі. Відповідно, завданням цього дослідження є кваліфікація часу в медіадіяльності як науковоозначеної категорії з позицій впливогенності феномену та можливих засобів і підходів встановлення рівня цієї впливогенності. Теоретичною базою роботи стали праці філософського спрямування, причому з огляду на обсяги дослідження ми не аналізували детально синхронічну модель розвитку вчень про час, тому скористалися висновками досліджень, які узагальнюють чи увиразнюють проблему трактування часу в межах філософського підходу. До таких робіт варто зарахувати монографічне дослідження за редакцією Є. Лебеда [1], праці П. Гуйвана [1],

О. Дзьобаня [2], орієнтовану на медійний простір концепцію віртуального часу Г. Мироненко [4], концептуально значущі застереження О. Фільца [9] та Д. Шевчука [12]. Для ілюстрації підходів до трактування часу в літературознавстві, зокрема ролі системи часу у творі художнього образу, використано дослідження Н. Четової [11].

При підготовці дослідження ми керувалися соціальнокомунікаційним підходом, а також загальнонауковими методами теоретичного дослідження, зокрема методом формалізації та узагальнення для визначення ключових параметрів розуміння феномену часу у філософських концепціях, методами абдукції та «обґрунтованої теорії» [6, с. 77–78], гіпотетико-дедуктивним методом і методом моделювання, на основі яких сформовано висновки про оновлення комунікаційної теорії та визначено напрями врахування феномену часу в системі аналізу впливових потенціалів медіадискурсу. Для ілюстрації значущості рекомендацій у роботі згадано нестрогий пілотний експеримент [6, с. 152], однак зазначимо, що його результати не зумовлюють, а лише ілюструють результати дослідження, тому згадуємо цей метод побіжно.

### III. Результати

У комунікаційному вимірі аналіз часу передбачає простіші концептуальні рішення для дослідження часових форм у повідомленні, аніж, скажімо у фізиці чи філософії: наскільки повно відображається концепція лінійності часу, чи час повідомлення є нелінійним, коли усвідомлення змістів та смислів, що закладені автором, змушують комуніката повертатися у минуле чи проєктувати думки у майбутнє, і як ці часові «мандрівки» впливають на бар'єри сприймання та визначають особливості впливовості тексту. Ускладнює модель аналізу розуміння того, що і минуле, і майбутнє, які актуалізуються у нашій свідомості текстом, існують у площині теперішнього й можуть проявитися більшою або меншою мірою.

Аксіоматичним виглядає твердження, що людина не може жити в трьох основних часах одночасно. Що ж стосується паралельного відображення у свідомості двох часових просторів, то ситуація складніша, адже *тут і зараз* я можу думати про *минуле* або *майбутнє*. Або ще складніша: про *минуле* і *майбутнє* я не можу думати ніяким іншим чином, аніж *тут і зараз*.

Сама концепція теперішнього часу, як базової основи всіх уявних часових мандрівок, також розмита: *тут і зараз* може тривати мить або ж чітко визначений відтинок часу (від *n* хвилин до століття). Тобто позиціювання *теперішнього* теж може диференціюватися в контексті *минулого* (*n* хвилин ми вже осмислюємо цей абзац) та *майбутнього* (пізніше ми дізнаємося про варіанти поєднання часових форм усвідомлення себе в медійному тексті). Актуалізація свідомості комуніката в часі задля формування смислових кореляцій твору, у тому числі й медійного, має бути керованою комунікантом, причому керованою свідомо, якщо йдеться про професійні компетентності автора. В іншому ж випадку – розуміння смислів та реалізація комунікаційної мети – не будуть прогнозованими і говорити про успішність комунікації можна лише з позиції оцінки ймовірностей, причому не за математичною моделлю, а в контексті широкого підходу «так/ні».

Наукові концепції часу, теоретичне осмислення його з позиції впливу на нашу свідомість та формування умов і форм її сприймання більшою мірою відображене в дослідженнях філософів, меншою – літературознавців. Щодо філософських досліджень, то ситуація природня й цілком зрозуміла, літературознавці ж фактично виявляють картину часових планів вигаданої дійсності, позначеної образними втіленнями часових форм, коли концептуально важливим стає не стільки вплив на читача чи глядача, скільки естетика образів у часовому означенні, як додатковому засобі творення цінності образу чи твору в цілому.

Проаналізуємо окремі підходи, щоб вибудувати теоретичну модель часу в контексті нашого дослідження та послідувати потенціали її розвитку в медійному творі, який, нагадаємо, може мати в основі реальні факти (вони пізнаються за допомогою органів чуття), а може таких фактів і не мати (тоді порушуються функції медіа як соціального інституту, стандарти, етичні норми).

Тут варто ще раз акцентувати, що і минулий, і майбутній час у медіаповідомленні не передбачає участі органів чуття для сприймання, тобто не має фактологічного наповнення. З іншого боку, минулий час може передбачати актуалізацію чуттєвого досвіду, щоправда, спогади про минуле часто мають емоційну природу чи емоційне означення, яке широко використовується в психотерапії чи комунікаційних практиках, як-от нейролінгвістичне програмування (зміна ставлення та емоційного забарвлення досвіду, посилення чи послаблення емоційної оцінки і через ці засоби – увиразнення чи й докорінне змінення чинної дійсності реципієнта тощо).

Формальне вираження часу на рівні граматики реалізують дієслова, але в найпростіших ситуаціях. Візьмімо для прикладу фразу, якій легко «дописати» медійне втілення: «*уявіть, що Вам 5 років*». Дієслово може означати теперішній та майбутній час, а смисл фрази – передбачає повернення свідомості сприймача у минуле, тому що такі уявлення опосередковуються особистим досвідом чи уявленнями про нього, як правило, вже переживалися чи спостерігалися комунікантом у віддаленому більшою чи меншою мірою часі (власні 5 років і 5 років дітей чи внуків – це актуалізації часових пластів минулого часу щодо моменту сприймання фрази).

Минуле – це образи фактів, оскільки факти даються в чуттєвому сприйнятті, а от майбутнє – більшою мірою образи, уявлення про можливе, що при тому може бути реальною виразності.

Журналістика, з позиції соціальної функції, повинна відображати реальність, тобто показувати моделі «вже минулого» та, для деяких жанрів, «чинного теперішнього» (наприклад, у репортажі чи інших формах прямих ефірів). Водночас проєкції майбутнього також присутні в медіаповідомленнях (наприклад, анонс) і при цьому не передбачають маніпулятивного впливу.

Контекстуально важливо також розуміти, в якому часі живе соціум. Окреслення цього часу медійними формами комунікації значною мірою позначається на формуванні соціальних контекстів, формує соціальний дискурс. Протягом останніх принаймні двох десятиріч років ми могли спостерігати, як актуалізація минулого в сучасності в російському інформаційному полі позначалася на соціальних змінах і наскільки масштабним маніпулятивним потенціалом такий підхід означений. Деякі блогери, експерти та громадські діячі означували це як «культ смерті»: повернення і концептуалізація тих людей (образів), ситуацій та, зрештою, часу, які не мають перспективного потенціалу, адже змінити минуле ми не можемо, можемо тільки змінити ставлення до нього або ж увиразнити окремі моменти (рефреймінг інформації [5]). Щоправда, у маніпулятивних практиках минуле може змінюватися будь-яким чином, що не відміння загальної деструктивної природи таких явищ.

Протилежна модель – коли суспільство живе в майбутньому – так само є підставою для потужних глобальних маніпуляцій, можемо як приклад навести період функціонування радянського союзу, де контексти майбутнього домінували в процесах формування соціальної аксіології: від побудови комунізму на глобальному рівні до «п'ятирічки за 4 роки» на рівні конкретного виробничого процесу.

Актуалізація теперішнього часу, на нашу думку, більш властива для демократичних суспільств, одним з проявів такої актуалізації можемо вважати процеси глокалізації, коли локальне, регіональне має більшу значущість, поза тим, чи воно є достатнім інформаційним приводом для глобального відображення. Тобто події та факти теперішнього є більш значущими, ніж факти минулого: медіа відображають події, що вже відбулися, і в контексті глобальних медіа – таке відображення може бути здійснене через досить тривалий час: про феномен, цікавий випадок, соціально значущу особливість тощо національне медіа може повідомити задовго після того, як ці події стали відомими на локальному рівні.

Тут маємо зробити короткий відступ, що ми не претендуємо на абсолютність підходу й усвідомлюємо, що деякі факти та оцінки можуть бути спричинені професійною деформацією, коли в концептуальному вимірі час і медіа можуть розумітися більш виразно, ніж реально проявляються у свідомості нашого читача.

У філософському розумінні часу використовуються чимало концепцій та підходів, які означають цю категорію буття, з огляду на завдання нашого дослідження – окреслити можливості та особливості оперування часом у комунікаційному вимірі медіадіяльності – розуміння феномену і його кваліфікацію окреслимо лише в загальних рисах, достатніх для визначення та опису потенціалу застосування часових форм у медіатексті.

Ґрунтовно тлумачення часу аналізується у монографічному дослідженні за редакцією О. Лебеда. Вчені докладно аналізують підходи до тлумачення часу, акцентують на використанні у філософській парадигмі типології часу, серед яких першим називають фізичний час і його концепції у філософській науці, далі – геологічний та біологічний час (з підходів В. Вернадського), психологічний час (концепція А. Берґсона), який є «атрибутом внутрішнього життя особистості... істотно відрізняється від об'єктивного: фізичного, геологічного або біологічного... є нерівномірним і різнонаповнювальним» [3, с. 7–11]. Диференціація часів за типами дає можливість аргументовано використовувати модель часу, в якій фізичний чи, наприклад, біологічний накладаються на психологічний час у різнотипних поєднаннях, наслідком яких виступає результат сприймання повідомлення та його важливість у конкретному сегменті світоглядної картини комуніката. При цьому маємо розуміти, що об'єктивно подані часові типи лежать поза межами нашого впливу, водночас психологічний час може моделюватися не тільки з позиції відчуття часу, але й у площині актуалізації в свідомості споживача різних часових планів, від далекого минулого до такого ж далекого майбутнього, причому така актуалізація відбувається у фізичному часі сприймання повідомлення, який за визначенням не може бути ніяким іншим, крім теперішнього.

Значна увага вказаного дослідження присвячення розумінню концепцій поєднання часу і простору в концепціях М. Гайдеггера [3, с. 41–42]. Ці аспекти важливі для нашого дослідження з огляду на постулат М. Гайдеггера «немає часу без Людини», яким не лише об'єднуються концепції часу і простору в площині їх усвідомлення, але й визначаються способи моделювання часу для багатьох конкретних завдань комунікації – сприймання часу (у будь-якій формі минулого, теперішнього чи майбутнього) передбачає врахування індивідуального досвіду людини та її соціального бекграунду, через які й буде проєктуватися час. Оминути чинник людського сприйняття авторів будь-якого тексту, у тому числі й призначеного для медіадискурсу, неможливо, тому суб'єктивність уявлень про час є окремим напрямом досліджень, який може мати доволі несподівані втілення.

Окреслимо одну з проблем, яка відповідає цій концепції: дослідження методів і форм соціалізації в педагогічній науці представлено досить широко й повно, однак авторам цієї статті не зустрічалися дослідження, в яких доведено або спростовано гіпотезу про те, що сформоване уявлення про візуальну модель часу під час розвитку дитини в молодшому шкільному віці визначатиме її реагування на виклики дорослого життя, пов'язані із часовими константами (що не відкидає існування таких досліджень, радше свідчить про низьку актуальність теми для освітнього середовища). Уявімо, що така модель має вигляд лінійної прямої (у горизонтальній чи вертикальній площині – інше питання) або ж будь-якої геометричної фігури – овалу, кривої лінії, піраміди чи призми, далі спробуємо накласти на це уявлення цивілізаційний контекст, потім річний чи місячний цикл діяльності, потім багаторівневу модель віртуального часу, зрештою проєкцію уявлень про особисте життя, його початок і завершення, чи, у найбільш складному випадку, кореляцію соціального поступу з діяльністю соціальних інститутів на рівні окремої країни чи регіону. Усе це дасть підстави формувати гіпотезу, що чим простішою буде уявлювана візуальна модель часу, тим більш прогнозованими (а отже, і керованими) будуть реакції людини на зовнішні інформаційні подразнення (особливо, якщо в системі соціалізації формується лінійна модель у вигляді вектора). Логічним аргументом на користь такої гіпотези є зіставлення уявлень про особистий (психологічний) час у вигляді вектора, графу чи пелюсткової тривимірної діаграми.

П'ятою формою часу, яка детально аналізується в монографічному дослідженні, є соціальний час, який окреслюється як «форма буття суспільства, що виражає тривалість історичних процесів та їх зміни, які виникають у ході діяльності людей» [3, с. 50]. Автори згадують концепцію американського соціолога та культуролога П. Сорокіна, відповідно до якої є відмінність між соціальним та астрономічним часом, і ця відмінність виявляється в тому що «соціальний час є виразом змін або руху соціальних явищ, які проявляються в межах астрономічного часу» [3, с. 50]. Таким чином, на підставі розуміння соціального часу можемо зробити два висновки про оперування часовими планами в повідомленні – особистий (психологічний) час корелює не тільки з фізичним часом, а й із соціальним, причому якщо перший не залежить від нашої діяльності й може лише вимірюватися, то соціальний – має конкретне джерело динамічних змін, оскільки визначається діяльністю людини, груп людей, соціальних інститутів, які ведуть до прояву соціально значущих фактів, явищ чи подій. Комунікаційна модель соціального часу передбачає, як мінімум, урахування цих особливостей для зіставлення смислоутворювальних елементів повідомлення й визначення їх актуальності в розрізі соціального часу, інакше складно прогнозувати їх привабливість для сприймача повідомлюваного.

У дослідженні «Час віртуального життя» Г. Мироненко [4, с. 27] поєднує характеристики розуміння часу з медіасприйманням, акцентуючи: «Колажність, мозаїчність, недиференційованість – розщепленість медіапростору на велику кількість епізодів, невпорядкованість подій, порушення їхнього хронологічного ритму й часової послідовності, випадкові розриви в послідовності подій, недиференційований час, який прирівнюється до вічності («позачасовий час» за М. Кастельсом). Змішування часів у засобах масової комунікації, що відбувається всередині одного і того ж каналу, або за вибором споживача створює часовий колаж... Історія спочатку організується відповідно до доступного матеріалу, а потім підпорядковується комп'ютеризованій можливості вибирати у вікнах миттєвості, які можна поєднувати чи розподіляти згідно з певними потребами. Шкільна освіта, розваги за допомогою ЗМК, спеціальні репортажі новин чи реклама організують темпоральність так, як це їм зручно, тому досягнення культури, що ґрунтуються на всьому попередньому людському досвіді, позбавлені часової послідовності. Уся впорядкованість значних подій втрачає свій внутрішній хронологічний ритм, і часова послідовність цих подій встановлюється залежно від соціального контексту їх використання. З'являється культура циклічності, недиференційованого часу» [4, с. 27]. Різноманіття часових форм та способів відображення часових планів дійсності в медіадискурсі стає чинником позиціонування соціальних змін, коли причина та наслідок будь-яких соціальних явищ можуть сприйматися нелінійно, що, з одного боку, робить світ багатомірним, з іншого ж – увиразнює концептуальну природу соціальної цінності в контексті, що є важливим для комуніката у визначеному цим же комунікантом часовому вимірі.

На нашу думку, важливим є спостереження автора щодо розгортання часових уявлень у свідомості. На підставі позиції М. Маклюєна в монографії доводиться залежність між споживанням інформації та часовими уявленнями людини в процесі соціалізації, зокрема підкреслюється, що сприймання медіаконтексту в людей, які навчилися «читати раніше, ніж дивитися телевизор», відбувається співвідносно з логікою розгортання тексту, якщо ж ситуація протилежна – така логіка не є регульованою часовими параметрами відносно дійсності, а отже, людина легше сприймає модельовані уявлення порізнорівневі часові моделі. Тобто така людина може легше піддаватися маніпуляціям та впливам з огляду на соціальний досвід, в якому реальність та вигадка, а поряд з ними і часові межі цих соціально відтворюваних контекстів – розмиваються. На цій основі в дослідженні виявлено таку характеристику часу, як пластичність – «рухливість, оберненість, зворотність часу та подій» [4, с. 28–29], як характерну для

медіадискурсу особливість подання інформації. Пластичність передбачає використання різних форм «розтягування» і «стиснення» часу в продукovanій дійсності, що досить часто відзначає чимало дослідників [4, с. 28–29].

Для нашого дослідження важливими є розуміння динаміки часового виміру в межах окремого медіатексту та медіадискурсу в цілому, кваліфікація можливості керування часовими планами в повідомленні і на рівні власне часової форми, і на рівні її сприймання, коли комунікат може довший відтинок часу перебувати в емоційно насиченому минулому, і зовсім короткий – в омріяному майбутньому (варіантів таких модуляцій у конкретних текстах медіадискурсу – чимало). При цьому варто пам'ятати, що будь-яка інформація апріорі не існує без людського відображення даних, за кожним повідомленням стоїть автор або ж запрограмований ним кібернетичний конструктор, отже, будь-які форми впливу, реалізовані через моделювання часу, засвідчують назагал комунікаційну мету конкретного автора та визначаються комунікаційними практиками переконування чи маніпулювання сприймачем у інший спосіб, без можливості аргументації та з проникненням за бар'єри сприймання.

Доречним прикладом тут буде згадка про існування в нейролінгвістичному програмуванні (яке ми сприймаємо саме як комунікаційну практику з готовими моделями побудови комунікаційного акту) так званих «швидких» і «повільних» текстів, коли вплив відбувається мимовільно, сприймач не усвідомлює процесу стиснення чи розтягування часових форм, а отже, не може адекватно відреагувати на вплив.

Кваліфіковані сучасною філософською думкою часові особливості соціальної поведінки людини, у тому числі засвоєння нею інформації та «проживання» соціалізаційних процесів, так чи інакше конкретизують сферу віртуальної реальності, маючи на увазі більший контекст, ніж просто поєднання технічних і смислових способів відображення уявленої дійсності. Віртуальна реальність постає мірилом чи виміром «іншості» світу, де діють окремі правила, окремі закони існування (на технічному та соціальному рівнях їх втілення), а плин часу не завжди є лінійним, хоча й може таким бути. Наприклад, Олександр Дзьобань констатує: «Віртуальна реальність розташовується ніби у просторі між двома реальностями (суб'єктивною та об'єктивною), в зоні їх взаємодії, взаємозв'язку, взаємозалежності. Це анітрохи не применшує онтологічний статус віртуальної реальності, а навпаки, підвищує його, оскільки в цьому випадку і об'єктивна, і суб'єктивна реальності виявляються залученими в процес мережевої взаємодії та в результаті виступають елементами віртуальної реальності. У віртуальній реальності поступово зникають просторові й часові розмежування, стираються міждержавні кордони, пропагуються нові цінності, моделі поведінки, світоглядні стереотипи. Феномен віртуалізації життєвого простору людини та суспільства характеризує принципово новий тип символічного існування людини, соціуму, культури [2, с. 164]. З розвитком цифрових технологій, з підвищенням рівня медіатизації та збільшенням популярності різних типів доповненої реальності ми стаємо свідком віртуалізації дійсності для конкретних життєвих потреб, що передбачає створення різних часових колізій не тільки для людини і її сприймання дійсності, а й для предметів і речей, що раніше мали виключно об'єктивний вимір та лінійну часову перспективу функціонування. З перенесенням цих об'єктів у світ віртуальний, де можлива рознесена в часі віртуальна взаємодія з ними, часова концепція вже не є настільки однозначно лінійною.

Розуміння часу в підходах учених-філософів переважно ґрунтується на суб'єктивності сприймання цього феномену, водночас суб'єктивність не може виникати поза соціальним контекстом, вона постає внаслідок соціальних процесів, звісно ж, з урахуванням індивідуальних особливостей людини та характеристик рівня соціальної адаптації конкретного індивіда. Петро Гуйван стверджує: «Час як елемент суб'єктивного сприйняття загального темпорального руху характеризується такими якостями, як послідовність, незворотність, тривалість. Для використання часу з метою організації суспільно прийнятих та бажаних змін важливими є такі його властивості, як відносність, безперервність, наявність соціально спрямованих темпу і ритму відповідної реальності. Тривалість – атрибут, під яким розуміємо існування створених речей так, як вони перебувають у дійсності» [1, с. 43]. Учений вказує на важливість причинно-наслідкового зв'язку як принципу побудови часових уявлень та неможливості паралельного існування причини й наслідку в одному часовому потоці: «в нинішньому часі виявляється все минуле як позбавлений активності, але все ще живий “споглядальний” факт, а також усе майбутнє як незумовлена зарані творча потенція. Такий теоретичний підхід на передній план висуває активну роль конкретної людини, яка не лише і не стільки споглядає, але і активно діє як суб'єкт взаємозв'язків. Інакше кажучи, наочню проявляється вплив минулого на сучасне та майбутнє та навпаки, і в цьому сутність зв'язаності часів. Їхня реальність у можливості людської активності стосовно сучасного та майбутнього часу» [1, с. 48]. Такий підхід дає авторові підстави стверджувати, що ключовим параметром розуміння часу є його тривалість та спрямованість у майбутнє. З огляду на наш контекст дослідження, маємо визначити, що в процесі сприймання комунікаційного продукту теза П. Гуйвана набуває додаткового смислового розширення: *у майбутньому я сприйматиму текст, який може повернути мене у минуле, акцентувати на теперішньому чи спроектувати*

ще далі у майбутнє. Тобто фізичний час сприймання повідомлення та індивідуальний час комуніката, в якому він проявляє діяльність (насамперед, емоційно-інтелектуальну) можуть не збігатися, і, як правило, не збігаються, що дає можливість комунікату артикулювати процеси соціальної дійсності як завгодно вільно, проблема тут радше в комунікаційних компетентностях та вміннях переконувати й аргументувати.

Ще один загальний висновок із філософського розуміння часу: фізична природа часу не завжди усвідомлюється людиною як процес керований та регульований, подібно до дихання, яке ми не відстежуємо в моменті діяльності, особливо, якщо маємо більш чіткі й усвідомлені цілі. Таким чином, прийоми та форми впливу в комунікації, що побудовані на актуалізації багатомірності часових проявів, цілком природно проникають крізь бар'єри усвідомленого сприймання та не викликають гострих критичних оцінок ще й з огляду на те, що час – суб'єктивний. Тобто минулий досвід, до якого апелює автор тексту, актуалізуючи минуле, – це наш минулий досвід, отже, та усвідомлена характеристика буття, яка не викликати перепечень і не спонукати до критичного осмислення, а отже, є ефективним контекстом для формування впливів. Так само ми можемо означити й інші часові форми, адже контекстуальне розуміння парадигми «я і час» завжди позначається суб'єктивністю сприймання і, з одного боку, не є настільки яскравим компонентом усвідомленої дійсності, як факти і дії, з іншого ж – достатньо серйозним інструментом мотивації чи встановлення причинно-наслідкових зв'язків. Можливо, саме тому використання різних часових пластів у комунікації для створення маніпулятивного впливу виступає серйозним і ефективним способом моделювання соціальної дійсності.

Цікавий акцент у розумінні минулого часу (прожитої дійсності) як чинника впливу на наші реакції та основи для сприймання контекстів теперішнього й майбутнього помітив Олександр Фільц, аналізуючи особливості сприймання підсвідомого в концепції З. Фрейда, осмислюючи позасвідоме та процеси його формування, зокрема те, що З. Фрейдом визначалося як первинний процес – той, «...яким керується позасвідоме... і він не підлягає формально логічним законам мислення, це є так зване синкретичне мислення. Це є звичайні випадкові асоціативні зв'язки, вони можуть формально логічно бути пов'язані, а можуть і не бути – вони можуть бути пов'язані якимось символічно». О. Фільц стверджує: «переживання, якщо воно позасвідомо перший раз потрапило, зберігає свою свіжість і емоційну яскравість впродовж всього життя» і наводить далі твердження З. Фрейда: «Час з'являється тоді, коли ми починаємо символізувати первинний процес, тобто починаємо добавляти слова, і тоді з'являється час» [9]. Цю тезу можна розуміти і з тієї позиції, що відкладені в підсвідомому аспекти життєвого індивідуального досвіду, яким ми означаємо всі ситуації життя, актуалізуються й набирають часових вимірів унаслідок осмислення та надання форми такому досвіду. У цьому контексті актуалізації форми текстом, який сприймаємо, – досить ефективна модель впливу на основі часових перетворень усвідомленого повторного переживання такого досвіду.

До прикладу, фраза «Уявіть чудовий ранок із Вашого життя» і фраза «Пригадайте чудовий ранок із Вашого життя» – це спосіб формалізації уявлень, який передбачає актуалізацію індивідуального досвіду та спрямування усвідомлення комуніката в майбутнє чи минуле, але обидві часові форми будуть моделюватися на основі пережитого досвіду та емоційно-ціннісних орієнтирів. Ці підходи цілком ефективно використовуються в багатьох сегментах комунікаційної діяльності, спрямованої на свідомість та формування усвідомлених реакцій – від психічної терапії до нейролінгвістичного програмування.

Загалом усвідомлення часу, його індивідуалізація в процесі осягнення дійсності, у тому числі через комунікацію, у більшості дослідників ґрунтується на свідомій актуалізації часових форм задля досягнення потрібного ефекту. Щоправда, не завжди можемо говорити про увагу до механізмів такої актуалізації, особливо зовнішніх, а це важливо з огляду на здійснення впливу та проектування соціальних процесів у ширшому контексті. Досить образно окреслив індивідуальну модель часу Дмитро Шевчук, рецензуючи роботу Трюльса Вюллера й акцентуючи слідом за автором: «Через свідомість ми розуміємо час, оскільки частини часу “поскладано” подібно до частин свідомості» [12]. Цей зв'язок, між часом і свідомістю, може розгортатися й у протилежному напрямку, особливо в покоління, що виростає на моделі відображення дійсності, яка реалізована в соціальних медіа – коли свідомість укладається «подібно до часу». Зрозуміло, що модель світу, де реалізована різномірність і різноспрямована в часі дійсність, причому подана в мозаїчній чи колажній проєкції, передбачає чимало способів і форм впливу заснованих саме на цій особливості, насамперед, це – зміна контекстів (рефреймінг інформації), спрямована на переосмислення минулого чи проектування майбутнього.

Поряд з філософськими концепціями розуміння часу, сучасна гуманітарна наука має значну кількість досліджень, які розкривають природу часу як елементу чи способу творення художнього образу. Такі дослідження оперують часовими категоріями з огляду на ключову функцію образу – естетику та місце в художньому світі, тобто маємо справу з темпоральними конструкціями як продуктом свідомості автора, отже, ідеться про вигадку, спеціальне моделювання умов та обставин, у яких образ героя вповні експлікує свою естетичну цінність. Час у художньому творі –



це досить широко розгалужена модель відношень минулого, майбутнього й теперішнього в проєкції на героя чи обставини, у яких він діє, діяв чи може діяти. Відзначимо, що увага митців до часу привела до формування цілком нових напрямів творчості, наприклад, у фантастиці – це жанр альтернативної історії, де обставини співвідношення часу і факту можуть змінюватися у відношенні історії реальної як незначною мірою, так і абсолютно. Загалом варто наголосити, що часто часові співвідношення художнього твору диктує жанр та особливість авторського бачення художнього світу. Для прикладу проілюструємо цю думку результатами досліджень Н. Четовою творчості Дж. Толкіна, К. Льюїса, У. Ле Гуїн та Дж. Ролінг [11] з позиції моделювання часових форм. Авторка вибудувала модель фрейму часових конструкцій, у якому відобразила чотири типи часу та описала більше двох десятків форм (слотів фрейму), якими цей час представлений. У дослідженні відображено моделі лінійного часу, незлічуваного часу, злічуваного та екзистенційного часів. При цьому дослідниця констатує у висновку, що «кожен концепт-конституент фрейма художнього концепту [часу] взаємодіє з іншими концептами, проте є автономним, тобто може функціонувати окремо від інших у межах фрейму» [11, с. 109]. Складні часові моделі для відображення вигаданих світів виникають ще й тому, що навіть у створеному автором світі час розвивається за законами і правилами, які більшою мірою відповідають підходам, які означені у філософії. Іншими словами, суб'єктність часу, сприйняття його людиною (у випадку художнього твору – героєм) зумовлює необхідність розкривати часові алюзії відповідно до логіки (чи алогічності) розгортання образу в творі.

Моделювання часових компонент у комунікації, формування впливовості тексту на основі суміщення часових форм чи оперування часом у цілому до певної міри корелюють з моделюванням часу в художній творчості. Можемо висловити гіпотезу: чим більш складним і різновекторним (у відношенні до теперішнього часу) є час медійного твору – тим більшим є потенціал впливу (маніпулювання, виховання, переконування тощо) цього твору. Друга теза, яка впливає з аналізу поданих наукових підходів: оперування часом у медіатворі не може бути позасвідомим проявом натхнення автора, подібно до того, як випадково може бути використане те чи те слово на позначення об'єкта (предмета) медіаматеріалу. Оперування часом у більшості випадків – **свідома настанова автора**, спрямована на формування ефектів сприйняття. Винятком для цієї тези може стати повторювання значущих для автора й поширених, стереотипних моделей, які реалізовані в соціальному дискурсі та час від часу акцентуються в різних контекстах інформаційно-комунікаційної діяльності. Прикладом такого винятку може бути зорієнтованість на майбутнє як модель мотивації ведення здорового способу життя в конкретному творі, згадка історичних фактів (минуле) для актуалізації причинно-наслідкових зв'язків чинних процесів та явищ дійсності тощо.

Нашим критерієм аналізу концепцій часу та різних підходів до його розуміння все ж лишається концепція комунікаційних впливів та можливість оперування часовими параметрами для здійснення усвідомленого впливу, який може мати також маніпуляційні ознаки. Із цих причин можемо узагальнити потенціал різних підходів для формування прийомів використання часу та створення алгоритмів протидії маніпулятивним практикам, що засновані на маніпулятивних формах.

При цьому ми виходимо з таких положень:

1. Час відображається у свідомості комуніката й комуніканта, тобто усвідомлюється.
2. Час не є абстрактною категорією, а подається у фактологічній або чуттєвій формі. При цьому констатувати, що одна з них є виключно раціональною, ми не можемо з огляду на існування феномену емоційної аргументації та низки прийомів впливу, що засновані на раціональному керуванні емоціями сприймача (наприклад, наростання закономірності і її злам).
3. Час є багатовимірним. Вимірюваність часу на пряму корелює з індивідуальними особливостями особистості комуніката (можливість сприймати контекст часу й тип його тривалості чи відчуття), але не менш залежний від комуніканта (можливість реалізувати в повідомленні свою модель відчуття часу, не властиву комунікату, унаслідок високих комунікаційних компетентностей). Прикладом розширення форм і способів вимірювання часу може стати простий комунікаційний експеримент, коли умови комунікації змінюються: уявімо, що повідомлення в соціальному медіа зникає внаслідок налаштувань автора, тривалість його сприймання обмежується, а отже, вимагає оперативнішого реагування від комуніката; якщо в такому повідомленні закладені застереження, що впливають на базові потреби (за А. Маслоу), його сприймання буде вимірюватися в контексті емоційно означеної потреби, а тлумачення смислу не буде підсумком тільки раціонального сприймання.
4. Оперування часом у межах конкретного медійного твору свідчить про спеціальну настанову автора сформуванню впливу з урахуванням контексту переживання часу в процесі сприймання твору.
5. Апеляція до часу в межах окремого твору чи ширшого медійного контексту потребує спеціальної уваги дослідників з огляду на формування ефектів сприймання та тих соціальних зрушень, які можуть значною мірою відобразити соціальні моделі – від актуалізації системи оцінки

дійсності до спрямованості соціуму на перетворення, соціальний прогрес чи регрес, значущі показники й критерії розвитку соціуму тощо.

Останнє твердження потребує переосмислення базових підходів медіанауки до категорій часу. До прикладу, типове розуміння комунікаційного впливу – процес і результат зміни установок, переконань, поглядів, психофізіологічного стану комуніката внаслідок сприймання твору – потребує часових означень: у якому саме часовому вимірі реалізуються медіаефекти, якою постає модель часу, особливо – майбутнього (деструктивні моделі можуть формувати депресивні стани та впливати на виникнення девіантних форм поведінки). При цьому варто говорити не тільки про індивідуальну свідомість комуніката, але й про загальний соціальний контекст.

Алгоритмізація часового підходу в аналізі медіатвору чи медіадискурсу в цілому має відображати часову палітру як мінімум у таких напрямках:

- кількість форм часу, що використані в окремому творі або ж у групі аналізованих творів;
- часові послідовності в контексті сприймання (співвіднесення реального часу сприймання та часу медіатвору, виявлення часових означень медіаефектів, які виникають у процесі сприймання в теперішньому часі й можуть орієнтувати комуніката на актуалізацію в теперішньому часі інших часових форм;
- образна чи фактологічна природа часового відображення дійсності використовується автором;
- типи та способи актуалізації часу для увиразнення висновку, ефекту, заклику або інших моделей стимулювання змін усвідомленого індивідуального сприйняття чи соціальних змін;
- концептуалізація часу і її відповідність соціальним очікуванням, страхам, цінностям тощо;
- суб'єктивна оцінка тривалості часових відступів та моделей, закладених автором (від «близького», «далекого» до часової конкретики вимірюваних часових проміжків (у цю секунду, протягом наступного тижня, ще два десятиліття тому тощо)).

Зрозуміло, використання тільки цих моделей не є абсолютним чи універсальним способом аналізу часової палітри твору чи дискурсу, однак уже ці підходи дають підстави більш точно означити модель впливу та проєкцію індивідуальних/соціальних змін, які закладаються автором за допомогою оперування часом.

#### IV. Висновки

Висновком нашого короткого дослідження є усвідомлення потреби дослідження часових форм у медіадискурсі з огляду на природу часу, його важливість для усвідомленого відображення дійсності та формування комунікаційних впливів з урахуванням цієї природи. Такі дослідження повинні враховувати жанрові особливості творів, відображати кореляції із соціальними процесами та явищами, формувати моделі подання часу в конкретних матеріалах чи дискурсі в цілому, спиратися на результати соціологічних досліджень, які розкривають очікування й прагнення, страхи та застереження в соціальній проєкції.

Під час підготовки статті авторами було проведено невеликий і не строгий експеримент з підготовки медіаматеріалів студентами в межах курсу «Комунікаційна ефективність медіадіяльності». Завдання, яке отримали студенти, було досить простим: звернути увагу на те, в якому часовому вимірі мають реалізуватися закладені медіаефекти, про який час (теперішній, минулий чи майбутній) думатиме читач після сприймання твору. При цьому перед написанням твору не було проведено акцентованої розмови щодо складності часових форм та прийомів оперування часом для досягнення різних ефектів сприймання – ми виходили з того, що така розмова доречна після підготовки матеріалу. Усі 100% студентів, а це 24 особи, які підготували матеріал, спроектували висновки та ефекти в майбутній час. У всіх творах більшою чи меншою мірою був реалізований концепт «світлого майбутнього», тобто модель формування ефектів була позитивно означена та акцентована саме на позитивних перетвореннях у майбутньому. Варто зазначити, що образ майбутнього був достатньо диференційований з огляду на тривалість цього майбутнього, але часто простежувався ефект, який ми умовно назвали «казковим», коли тяглість часу переривається, між теперішнім і майбутнім є «темна» область часу, коли винесений у майбутнє ефект не моделюється, а виникає (від *завтра Ви проснетесь з відчуттям...*, до *через десятьки років...*).

Це невелике окреме дослідження показує, що переосмислення методики підготовки медіафахівців з позицій розуміння значущості часових форм також є нагальною потребою, особливо з урахуванням гібридної війни, збільшення інтенсивності інформаційного потоку, появою нових каналів і способів медіатизації та медіадіяльності, загальної інтенсифікації розвитку технологій інформаційного спрямування.

#### Список використаної літератури

1. Гуйван П. Пізнання часу людиною – основа філософського розуміння сутності речей. *Людинознавчі студії: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія: Філософія*. 2022. № 45. С. 37–49.
2. Дзьобань О. Сучасний віртуальний простір: конгеніальність віртуальності й міфу. *Strategic Priorities*. 2017. № 3 (44). С. 163–170.

3. Лебедь, Є. О., Артюх В. О., Бойко О. П., Вертель А. В. Практичні аспекти філософії часу : монографія / за ред. Є. О. Лебеда. Суми : Сумський державний університет, 2017. 155 с.
4. Мироненко Г. В. Час віртуального життя : монографія. Київ : Імекс-ЛТД, 2015. 134 с.
5. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнеєв В. М. Лінгвістика впливу : монографія. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. 148 с.
6. Ромах О. Настільний посібник з методології дослідження соціальних комунікацій. Львів : ПАІС, 2020. 404 с.
7. Сабадаш М. С. Практичне застосування PR-інструментів у системі соціальних комунікацій інституцій вищої освіти (на прикладі провідних ЗВО України та світу). *Наукові записки інституту журналістики*. 2023. Т. 2. № 83. С. 123–134.
8. Теорія і практика друкованої журналістики : навч.-метод. посіб. для проведення лабораторних занять (для студентів спеціальності «Журналістика») / уклад. О. В. Барчан. Ужгород, 2021. 27 с.
9. Фільц О. Проблема часу в психологічному вимірі. URL: <https://zbruc.eu/node/21352> (дата звернення: 02.11.2024).
10. Черемних І. В. Використання емоційного інтелекту в медіаменеджменті для управління людськими ресурсами. *Актуальні проблеми медіапростору* : матер. II Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 9 квітня 2020 р. Київ : Інститут журналістики, 2020. С. 27–33.
11. Четова Н. Й. Реалізація художнього концепту уявний час в англійських творах жанру фентезі : лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі творів Дж. Р. Р. Толкіна, К. С. Льюїса, У. К. Ле Гуїн та Дж. К. Ролінг). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологія. 2019. № 6 (74). С. 105–109.
12. Шевчук Д. Трюльс Вюллер : що таке час. URL: <https://krytyka.com/ua/reviews/shcho-take-chas> (дата звернення: 01.11.2024).

#### References

1. Huivan, P. (2022). Piznannia chasu liudynoiu – osnova filosofskoho rozuminnia sutnosti rechei [Human cognition of time is the basis of philosophical understanding of the essence of things]. *Liudynoznavchi studii: zbirnyk naukovykh prats Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Serii: Filosofiia*, 45, 37–49 [in Ukrainian].
2. Dzoban, O. (2017). Suchasnyi virtualnyi prostir: konhenialnist virtualnosti y mifu [Modern virtual space: the congeniality of virtuality and myth]. *Strategic Priorities*, 3 (44), 163–170 [in Ukrainian].
3. Lebed, Ye. O., Artiukh, V. O., Boiko, O. P., & Vertel, A. V. (2017). *Praktychni aspekty filosofii chasu* [Practical aspects of philosophy time]. Sumy: Sumskiy derzhavnyi universytet [in Ukrainian].
4. Myronenko, H. V. (2015). *Chas virtualnoho zhyttia* [Virtual life time]. Kyiv: Imeks-LTD [in Ukrainian].
5. Rizun, V. V., Nepiyvoda N. F., & Kornieiev V. M. (2005). *Linhvistyka vplyvu* [Linguistics of influence]. Kyiv: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskiy universytet» [in Ukrainian].
6. Romakh, O. (2020). *Nastilnyi posibnyk z metodolohii doslidzhennia sotsialnykh komunikatsii* [A desktop guide to social communications research methodology]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
7. Sabadash, M. S. (2023). *Praktychne zastosuvannia PR-instrumentiv u systemi sotsialnykh komunikatsii instytutu vyshchoi osvity (na prykladi providnykh ZVO Ukrainy ta svitu)* [Practical application of PR tools in the social communications system of higher education institutions (using the example of leading higher education institutions in Ukraine and the world)]. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky*, 2 (83), 123–134 [in Ukrainian].
8. Barchan, O. V. (Ed.) (2021). *Teoriia i praktyka drukovanoi zhurnalistyky* [Theory and practice of print journalism]. Uzhhorod [in Ukrainian].
9. Filts, O. (2014). *Problema chasu v psykholohichnomu vymiri* [The problem of time in the psychological dimension]. Retrieved from <https://zbruc.eu/node/21352> [in Ukrainian].
10. Cheremnykh, I. V. (2020). *Vykorystannia emotsiinoho intelektu v mediamenedzhmenti dlia upravlinnia liudskymy resursamy* [Using emotional intelligence in media management for human resource management], *Aktualni problemy mediaprostoru* : materialy II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Current problems of the media space, Proceedings of the 2nd All-Ukrainian Scientific and Practical Conference]. Kyiv [in Ukrainian].
11. Chetova, N. Y. (2019). *Realizatsiia khudozhnoho kontseptu uiaavnyi chas v anhlovnykh tvorakh zhanru fentezi: linhvokohnyvnyi aspekt (na materialii tvoriv Dzh. R. R. Tolkina, K. S. Liuisa, U. K. Le Huin ta Dzh. K. Roling)* [Implementation of the artistic concept of imaginary time in English-language works of the fantasy genre: linguocognitive aspect (based on the works of J. R. R. Tolkien, C. S. Lewis, W. K. Le Guin and J. K. Rowling)]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»*. Serii: Filolohiia, 6 (74), 105–109 [in Ukrainian].
12. Shevchuk, D. (2019). *Triuls Viuller: shcho take chas* [Truls Wüller: What is time?]. Retrieved from <https://krytyka.com/ua/reviews/shcho-take-chas> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 07.12.2024.

Received 07.12.2024.

**Kornieiev V., Sashchuk T. Time as a Category in the Design and research of Communication Environments**

*The objective of this article is to attempt a systematization of the forms of time from the perspective of the functioning of communication environments, to identify possible models for interpreting time in the informational space of a specific communication environment, and to establish the influential potential of temporal contexts and forms that are or could be utilized in media discourse.*

**Research methodology.** *The study consolidates academic approaches to qualifying time from the standpoint of communication efficiency in media activity. Time is considered as a phenomenon that defines and shapes the system of effects within a media artifact, thus highlighting the importance and significance of taking this category into account in academic and practical media activities. The research was guided by general scientific methods of theoretical research, including formalization and generalization, abduction, grounded theory, the hypothetico-deductive method, and modeling.*

**Results.** *Time as a category has been thoroughly comprehended and examined in philosophical studies and is actively researched in literary studies, particularly for determining the specific nature of artistic imagery. However, media studies have not fully articulated the issue of time as a model for perception and the formation of media effects. Traditional linear conceptions of time are inadequate for assessing the social processes and phenomena that form the focus of professional media work. Moreover, the manipulation of temporal forms of context perception and the modeling of non-linear temporal structures can become, and often do become, tools of influence, including what is understood as manipulation. A broader understanding of time in media discourse, considering the social nature and functions of media in driving societal progress, justifies defining the social orientation of time at the level of media representations of societal life. This approach also allows for the establishment of correlations with philosophical, ideological, political, and other systems shaping social processes, which serve as criteria for evaluating social axiology (the dominance of past, present, or future-oriented categories in conceptualizing societal goals and needs). These specificities of time operation at the level of individual works or media discourse as a whole should form the basis for rethinking fundamental concepts of media activity, be considered in the system of communication technologies, and be integrated into analytical processes evaluating the effectiveness of texts or textual arrays (systems). This necessity underscores the importance of refining the conceptualization of time within the paradigm of media studies.*

**Novelty.** *This article consolidates approaches to modeling temporal forms at the level of individual consciousness in the perception of media artifacts, emphasizes the broader social context of comprehension of time in media activity, and proposes directions for rethinking key approaches to media research by considering time as an independent category directly related to formation of influences and modeling the perception of messages in the media activity system.*

**The practical value** of this study lies in forming directions and approaches for integrating the concept of time into the design of communication environments, individual media works, and media discourse as a whole. It includes qualifying key analytical directions for media artifacts or discourse based on the characteristics of temporal modeling and the perception of messages through the lens of actualized temporal forms.

**Key words:** *time, media discourse, media artifact, temporal modeling, communication design.*